

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT PADA
MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe,
Tungku Resto di Perawang Kecamatan Tualang
Kabupaten Siak)**

Diajukan untuk melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)



UIN SUSKA RIAU

OLEH

ENDAH TRIMA HIDAYAH

NIM. 11720525022

**PROGRAM S 1
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1442 H/2021 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi dengan judul **Analisis Konsumsi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)** yang ditulis oleh :

Nama : Endah Trima Hidayah
 NIM : 11720525022
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasah
 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Juni 2021

Pembimbing Skripsi


Syamsuddin Muir Lc.MA
 NIP.197009042014111004

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA RESTORAN DAPUR JAWA, ANDRE RESTO & CAFE, TUNGKU RESTO DI PERAWANG KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK)” yang ditulis oleh :

Nama : Endah Trima Hidayah
 NIM : 11720525022
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 27 Juli 2021
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Daring / Online

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021
TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
H. Rahman Alwi, M.Ag

Sekretaris
Deni Rahmatillah, ME.Sy

Penguji I
Dr. Junaidi Lubis, M.Ag

Penguji II
Jonnius, SE., MM

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M Ag

NIP. 19741006 200501 1 005



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Endah Trima Hidayah, 2021 : Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Diperawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi itu sendiri menjadi pendidikan, kesehatan, dan keperluan sehari-hari demi mencapai kesenangan yang bersifat kemewah-mewahan. Kesenangan atau keindahan dibolehkan asal tidak dilebihkan, yaitu tidak melampaui batas-batas yang dihalalkan, islam selalu mengajarkan konsumsi, misalnya perlunya memperhatikan orang lain. Selanjutnya juga diharamkan seorang muslim hidup dalam serba berlebihan sementara ada tetangga yang menderita kelaparan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis konsumsi masyarakat pada masa pandemic covid-19 dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya jumlah konsumen pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto pada masa Covid-19. Menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara tertutup dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan 63 informen yang dipilih dengan teknik incidental.

Hasil penelitian analisis perilaku Konsumen masyarakat pada masa pandemic ccovid-19 di Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto berada di Perawang Kecataman Tualang. Menunjukkan bahwa masyarakat selama pandemi covid-19 melakukan kegiatan konsumsi yang berlebihan karena tetap mengkonsumsi makanan siap saji di restoran.

Kata kunci : Faktor-Faktor Perilaku Konsumen, Konsumsi Islam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada kita bersama sehingga penyusunan Skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat dan salam atas junjungan alam nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk umat yang mendapat syafaat beliau di akhir kelak nanti. Amin.

Skripsi ini berjudul **(ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI PADA RESTORAN DAPUR JAWA, ANDRE RESTO & CAFE, TUNGKU RESTO DI PERAWANG KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK)**. Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan oleh berbagai pihak yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak dan yang tulus dari lubuk hati yang paling dalam kepada:

1. Ayahanda tersayang dan ibunda tercinta yang dengan tulus dan tidak henti-hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan penuh baik moril

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
2. Maupun materil selama penulis kuliah di UIN SUSKA Riau. Semoga ayahanda dan ibunda selalu dalam lindungan rahmat dan karunia-Nya.
 3. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau beserta para jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di UIN Suska Riau.
 4. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag beserta Wakil Dekan 1 Bapak Dr. H. Herman Ghani, MA Wakil Dekan 2 Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag Wakil Dekan 3 Bapak Dr. Shopia Hardani, M. Ag yang telah mempermudah proses penyelesaian skripsi ini.
 5. Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M.SH dan Sekretaris Jurusan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc., Ak.,CA. serta staf Jurusan Ekonomi Syari'ah, yang telah banyak membantu, membimbing penulis selama perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
 6. Bapak Junaidi Lubis Dosen Penasehat Akademis penulis yang selalu membimbing dan memberi solusi ketika penulis mengalami masalah selama perkuliahan.
 7. Bapak Syamsuddin Muir, Lc.Ma pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya demi penyelesaian skripsi ini
 8. Bapak/ Ibuk Dosen yang telah mendidik dan memberikan Ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengerti apa yang belum penulis mengerti. Semua ilmu yang telah diberikan sangat berarti dan berharga demi kesuksesan penulis di masa mendatang.
 9. Bapak dan Ibu Owner-owner Restoran yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian pada restorannya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Sahabat dan teman yang selalu menjadi pendorong dan motivator, terkhusus untuk keluarga besar EI.7/2015, sahabat nol tujuh dan seluruh teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang semuanya telah banyak memberikan dorongan, bantuan moril maupun materil demi kelancaran penyusunan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik, semoga kita sukses dalam mencapai semua cita-cita.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia ini terlebih di akhirat kelak, Aamiin.

Penulis mengharapkan kritik dan saranya yang bersifat membangun dan memperbaiki skripsi ini kedepan. Atas kritik dan sarannya penulis ucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 20 April 2021
Penulis,

ENDAH TRIMA HIDAYAH
11720525022

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat.....	7
E. Metode Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Berdirinya Restoran	
1. Restoran Dapur Jawa.	19
2. Andre Resto & Cafe.....	21
3. Tungku Resto.	22
B. Struktur Organisasi	
1. Restoran Dapur Jawa.....	23
2. Andre Resto & Cafe.....	26
3. Tungku Resto.	28
C. Produk Yang Di Tawarkan	
1. Restoran Dapur Jawa.....	30
2. Andre Resto & Cafe.....	33
3. Tungku Resto.	39
BAB III LANDASAN TEORITIS	
A. Perilaku Konsumen	41
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	41

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dasar Hukum Perilaku Konsumen.....	42
3. Motif Perilaku Konsumen.....	44
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	44
B. Konsumsi Islam	
1. Pengertian Konsumsi Islam	52
2. Batasan Konsumsi Dalam Islam.....	54
3. Prinsip-Prinsip Konsumsi Dalam Islam.....	55
4. Perilaku Konsumen Dalam Islam.....	55
5. Etika Konsumsi Dalam Islam.....	61
C. Pandemi Covid-19.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Restoran Dapur Jawa, Andre Resto&Cafe, Tungku Resto, Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.....	66
B. Analisis Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumen Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Menurut Perspektif Ekonomi Islam.	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	93
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Konsumen Restoran di Parawang Riau Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19 Mei-Desember Tahun 2020	3
Tabel II.1	Daftar Menu Sayur Dan Pelengkapanya	30
Tabel II.2	Daftar Menu Nasi Goreng.....	31
Tabel II.3	Daftar Menu Olahan Ikan Dan Seafood	31
Tabel II.4	Daftar Menu Hidangan Cemilan.....	31
Tabel II.5	Daftar Menu Olahan Ayam Dan Bebek.....	31
Tabel II.6	Daftar Menu Nasi Bistik	32
Tabel II.7	Daftar Menu Minuman	32
Tabel II.8	Daftar Menu Steak Andre	33
Tabel II.9	Daftar Menu Penyet Dan Geprek Andre.....	33
Tabel II.10	Daftar Menu Nasi Goreng.....	34
Tabel II.11	Daftar Menu Bihun Goreng	34
Tabel II.12	Daftar Menu Kwitieu Goreng	34
Tabel II.13	Daftar Menu Burgers	35
Tabel II.14	Daftar Menu Spaghetti.....	35
Tabel II.15	Daftar Menu Indomie.....	36
Tabel II.16	Daftar Menu Roti Goreng	36
Tabel II.17	Daftar Menu Ramen.....	36
Tabel II.18	Daftar Menu Frappe.....	37
Tabel II.19	Daftar Menu Andre's Boba.....	37
Tabel II.20	Daftar Menu Andre's Bandrex	37
Tabel II.21	Daftar Menu Andre's Coffe.....	37
Tabel II.22	Daftar Menu Milk And Tea	38
Tabel II.23	Daftar Menu Fresh Andre's Juice	38
Tabel II.24	Daftar Menu Makanan	39
Tabel II.25	Daftar Menu Minuman	40
Tabel II.26	Daftar Minuman Milk Shake	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Tabel II.27	Daftar Minuman Ice Cream	40
Tabel III.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	45
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden	67
Tabel IV.2	Usia Responden	68
Tabel IV.3	Pekerjaan Responden	69
Tabel IV.4	Kebiasaan Dalam Mempengaruhi Untuk Mengkonsumsi Makanan di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19.....	70
Tabel IV.5	Kelompok Pergaulan Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19	72
Tabel IV.6	Lingkungan Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19.....	74
Tabel IV.7	Rekan Sekerja Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19.....	76
Tabel IV.8	Keluarga Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19.....	77
Tabel IV.9	Rekan Sekomunitas dalam mempengaruhi mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemic covid-19	79
Tabel IV.10	Usia Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19	81
Tabel IV.11	Pekerjaan/ Peghasilan Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19	82
Tabel IV.12	Keadaan Ekonomi Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19.....	84
Tabel IV.13	Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19.....	85
Tabel IV.14	Motivasi/Dorongan Diri Dalam Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan di Restoran Pada Masa Pandemi Covid-19	87
Tabel IV.15	Persepsi/ Pengalaman Dalam Membeli Mempengaruhi Mengkonsumsi Makanan Di Restoran Pada Masa Pandemi Covid19.....	88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GRAFIK

Grafik IV.1	Jenis Kelamin Responden.....	77
Grafik IV.2	Usia Responden	68
Grafik IV.3	Pekerjaan Responden.....	69
Grafik IV.4	Budaya	71
Grafik IV.5	Sub-budaya	72
Grafik IV.6	Kelas Sosial	74
Grafik IV.7	Kelompok Referensi	76
Grafik IV.8	Keluarga	78
Grafik IV.9	Peran dan Status Sosial.....	80
Grafik IV.10	Usia.....	81
Grafik IV.11	Pekerjaan	83
Grafik IV.12	Keadaan Ekonomi	84
Grafik IV.13	Gaya Hidup.....	86
Grafik IV.14	Motivasi.....	87
Grafik IV.15	Persepsi.....	89

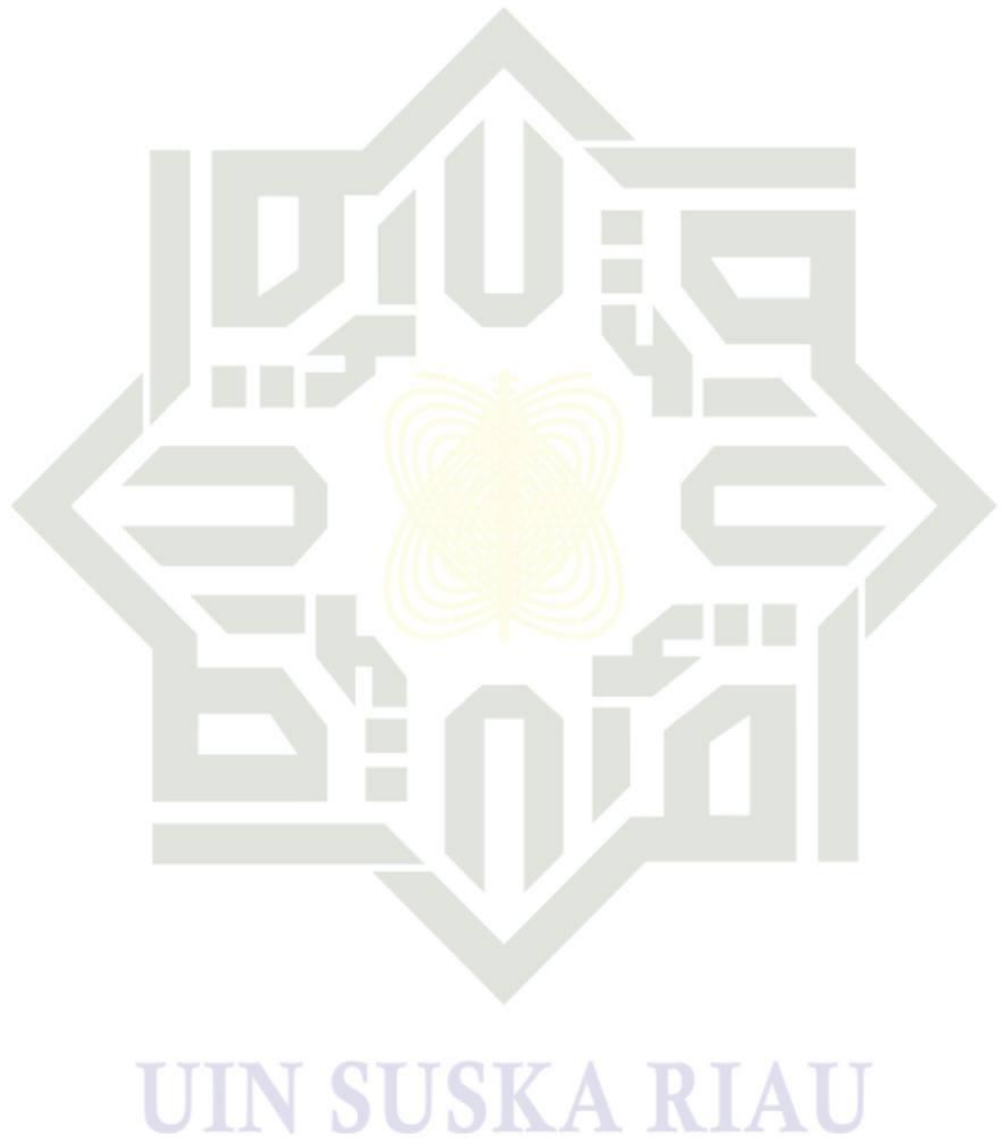
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Struktur Organisasi Restoran Dapur Jawa.....	25
Gambar II.2	Struktur Organisasi Andre Resto & Cafe	26
Gambar II.3	Struktur Organisasi Tungku Resto	28



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, seluruh dunia sedang dilanda kepanikan akibat adanya wabah COVID-19. Pandemi COVID-19 yang telah ditetapkan *World Health Organization* (WHO) awal Agustus 2020 memunculkan korban positif sebanyak 20.002.577 kasus dengan 733.842 orang dinyatakan meninggal dunia per September.2020. Indonesia termasuk negara yang terkena sebaran kasus COVID-19. Per Agustus 2020, Indonesia menjadi negara dengan kasus COVID-19 terbanyak di Asia Tenggara setelah Filipina. Bahkan Indonesia menempati peringkat kedua kematian di dunia akibat COVID-19 yang mencapai 8,44%.¹ Menanggapi hal tersebut, pemerintah Indonesia menetapkan kebijakan melakukan karantina wilayah atau *lockdown* untuk memutus rantai penyebaran. Masyarakat diimbau untuk tidak melakukan aktivitas di luar rumah sebagai upaya untuk menghindari meningkatnya penyebaran COVID-19. Selain itu, pemerintah Indonesia juga mengimbau untuk melakukan *social distancing* dengan cara diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).²

Akibat lain yang muncul dari PSBB pada sejumlah penutupan perkantoran maupun sekolah dan kampus adalah adanya batasan aktivitas bagi

¹ Putri Gloria Setyvani, 2020, "Virus Corona Diduga Menyebar di China sejak Agustus 2019, Ini Buktinya". Diakses dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/06/10/100300023/virus-corona-diduga-menyebar-di-china-sejak-agustus-2019-ini-buktinya>.

² Halim Devina, 2020, <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/01/14044881/begini-mekanisme-penerapan-pembatasan-sosial-berskala-besar>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

masyarakat. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) memberikan kebijakan untuk diterapkannya pembelajaran online selama periode karantina wilayah atau *lockdown* untuk menekan penyebaran COVID-19 di Indonesia. Sayangnya, kebijakan ini tidak selalu berdampak positif. Penerapan PSBB membuat masyarakat melakukan semua kegiatan secara online. Hal tersebut menimbulkan kurangnya aktivitas fisik disertai stress pada masyarakat, yang membuat masyarakat banyak berdiam diri.

Aktivitas terbatas yang dilakukan oleh masyarakat akhirnya mempengaruhi pilihan makanan setiap harinya. Makanan siap saji lebih sering menjadi pilihan menu sehari-hari karena praktis, mudah dikemas, dan disajikan dengan cara yang sederhana. Ditambah, masyarakat menganggap makanan siap saji lebih praktis dibanding jika harus memasak sendiri karena cepat dalam waktu penyajian, rasa lebih enak sampai harga yang lebih terjangkau.

Perawang merupakan Ibukota Kecamatan Tualang Kabupaten Siak, Riau. Sebuah kota kecil yang memiliki beragam jenis restoran siap saji. Di Perawang, Riau memiliki tiga restoran siap saji yang menyediakan berbagai menu makanan siap saji untuk masyarakat Perawang, yaitu Restoran Dapur Jawa, Andre Gym Resto & Cafe, dan Tunggu Resto. Restoran tersebut menyediakan menu mulai dari makan siang hingga makan malam, sehingga konsumen dapat leluasa untuk singgah makan kapan saja. Makanan yang dihadirkan di restoran tersebut memiliki citarasa yang lezat dan enak, penampilan luar yang menarik perhatian yang menggugah selera dan secara

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

ekonomi harga yang relatif terjangkau membuat masyarakat tergiur untuk mengkonsumsinya. Ketiga restoran tersebut juga menyediakan layanan pesan antar. Apalagi di masa pandemi COVID-19 seperti ini, masyarakat cenderung hanya berdiam di rumah, sehingga memudahkan konsumen dalam memesan makanan di Restoran tersebut.

Pengaruh globalisasi dan masa pandemi COVID-19 membuat konsumsi masyarakat ikut meningkat, khususnya konsumsi makanan di Restoran Parawang, Riau. Hal ini senada dengan penelitian Galankis yang menyatakan bahwa permintaan makanan siap saji meningkat seiring dengan adanya wabah COVID-19.³ Monique menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 merubah pola makan, khususnya pada masyarakat. Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah, sehingga makanan siap saji menjadi menu sehari-hari untuk menemani aktivitas di rumah.⁴

Tabel I.1
Jumlah Konsumen Restoran di Perawang Riau Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19 Mei-Desember Tahun 2020

No	Bulan	Restoran Dapur Jawa		Andre Resto & Café		Tungku Resto	
		Sebelum (2019)	Sesudah (2020)	Sebelum (2019)	Sesudah (2020)	Sebelum (2019)	Sesudah (2020)
1	Maret	1.021	1.180	908	953	843	854
2	April	833	1.134	960	1.160	751	879
3	Mei	1.241	1.402	831	1.169	769	903
4	Juni	1.243	1.440	901	1.201	801	931
5	Juli	1.279	1.459	876	1.110	808	996
6	Agustus	1.221	1.425	994	1.340	720	1.008
7	September	1.228	1.454	1.017	1.244	704	983
8	Oktober	1.340	1.501	1.002	1.256	732	1.010
	Jumlah	9.406	10.995	7.485	9.433	6.128	7.564

Sumber: (Data Restoran Parawang Riau, 2020)

³ Galankis, Charis M. 2020. The Food Systems in the Era of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic Crisis. MDPI Food.

⁴ Monique, Maria. 2020. The Effects of the COVID-19 Outbreak on Food Supply, Dietary Patterns, Nutrition and Health. Medical Journal. 3(2): 102-121.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Berdasarkan tabel di atas, dijelaskan bahwa terjadi peningkatan jumlah konsumen Restoran di Perawang Riau selama masa pandemi COVID-19. Dibuktikan dengan jumlah konsumen pada tahun 2020 selama 8 bulan. Pada Restoran Dapur Jawa terjadi peningkatan dari 9.406 menjadi 10.995 konsumen. Andre Gym Resto & Caffe meningkat dari 7.485 menjadi 9.433 konsumen, dan Tungku Resto juga mengalami kenaikan dari 6.128 menjadi 7.564 konsumen.

Perilaku Konsumen masyarakat selama masa pandemi COVID-19 dapat dikategorikan tidak sesuai dengan hukum Ekonomi Islam. Masyarakat lebih memilih membeli makanan siap saji di Restoran Perawang, Riau daripada memasak sendiri dengan alasan diterapkannya PSBB, sehingga masyarakat tidak diperbolehkan keluar rumah. Padahal, di Restoran Perawang Riau, setiap hari banyak konsumen yang berdatangan untuk makan di tempat. PSBB hanya sebagai alasan masyarakat agar tidak membeli sayuran atau bumbu untuk dimasak di rumah. Konsumsi masyarakat tersebut memicu pemborosan, karena masyarakat harus membeli makanan setiap hari.

Konsumsi dalam ekonomi islam bukan hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fisik dan biologis saja tetapi sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Hubungan antara konsumsi dan ibadah menunjukkan bahwa bagi konsumen muslim, konsumsi bukan hanya sekedar menikmati barang dan jasa, tetapi juga ditindak lanjuti dengan rasa syukur yang diwujudkan dalam bentuk ibadah.

Islam dalam hal konsumsi melarang suka bermewah-mewahan dan berlebih-lebihan, tetapi mempertahankan keseimbangan yang adil. Seorang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

muslim harus memperhatikan prinsip-prinsip konsumsi Islam. Ada tiga prinsip dasar konsumsi yang digariskan oleh islam, yaitu konsumsi barang halal, konsumsi barang suci dan bersih, dan tidak berlebihan.⁵

Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt dalam Q.S.Al-A'raf/7:31

﴿يَبْنَىْ ءَآءَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaian kalian yang indah di setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Dasar hukum lainnya adalah hadist yang berkaitan dengan larangan berlebih-lebihan dalam berkonsumsi Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كُلُّوا وَتَصَدَّقُوا
وَالْبُسُوْا فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيْلَةٍ (رَوَاهُ النَّسَائِي)

Artinya : Dari Amr bin Syaib dari ayahnya dari kakeknya berkata, Rasul SAW bersabda: “makan dan minumlah, bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan tidak sombong.” (HR. Nasa’i)

Ayat dan hadist ini menjelaskan tentang bagaimana tata cara pola makan dalam Islam yang baik. Ayat tersebut memberikan penjelasan kepada manusia agar makan yang sewajarnya saja dan melarang kita untuk memakan makanan-makanan dengan cara yang berlebih-lebihan. Makanan yang halal adalah makanan yang dihalalkan oleh Allah Swt dan rasul-Nya, baik yang tercantum dalam al-Qur’an maupun hadis.⁶

⁵ Muhammad, Syarif Chaudry, Sistem Ekonomi Islam, Prinsip Dasar, (Kencana, Jakarta, 2015), h. 137

⁶ Lukman Hakim, Prinsip-prinsip Ekonomi Islam, (Jakarta, Erlangga, 2012), h. 94.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji

“Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19 menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak) ”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Penelitian ini difokuskan pada Perilaku Konsumen masyarakat di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak saat masa pandemi COVID-19 menurut perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah

1. Bagaimanakah perilaku konsumen masyarakat pada masa pandemi Covid-19 di Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto, Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak ?
2. Bagaimanakah tinjauan ekonomi islam tentang perilaku konsumen masyarakat pada masa pandemi Covid-19 di Restoran Dapur Jawa, Tungku Resto, Andre Resto & Cafe Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Objektif

- 1) Mendeskripsikan perilaku konsumen masyarakat pada masa pandemi Covid-19 di Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Café, Tungku Resto, Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.
- 2) Mendeskripsikan perilaku konsumen masyarakat pada masa pandemi Covid-19 di Restoran Dapur Jawa, Tungku Resto, Andre Resto & Cafe Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak menurut Perspektif Ekonomi Islam.

b. Tujuan Subjektif

- 1) Mengembangkan pengetahuan yang didapat penulis selama kuliah dan memperdalam pengetahuan penulis khususnya mengenai perilaku konsumen masyarakat saat masa pandemi COVID-19.
- 2) Memperoleh informasi yang lebih mendalam guna menyelesaikan penulisan hukum untuk memenuhi persyaratan akademis dalam mencapai sarjana strata 1 (S1) Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi syariah, khususnya terkait dengan pola perilaku konsumen masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Sebagai bahan pembelajaran dan informasi guna menambah wawasan dalam menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah.
- 3) Sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program studi S1 Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

b. Manfaat Praktis

- 1) Mengembangkan penerapan ilmu tentang perilaku konsumen masyarakat saat masa pandemi COVID-19.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang konsumsi makanan pada masyarakat saat masa pandemi.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Metode ini merupakan metode penelitian yang berusaha mengungkap fakta suatu kejadian, objek, aktivitas, proses, dan manusia secara “apa adanya” pada waktu sekarang atau jangka waktu yang masih memungkinkan dalam ingatan responden.⁷

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 9-10

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkontruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.⁸

Metode kualitatif deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) terhadap perilaku konsumen masyarakat di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak saat masa pandemi COVID-19 menurut perspektif Ekonomi Islam.

2. Lokasi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Perawang Riau. Alamat dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Restoran Dapur Jawa : Jl. Moh. Ali No. Km.6, Perawang Barata, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau.
- 2) Andre Resto & Cafe : Jl. M. Yamin, Simpang Km.6 Perawang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau.
- 3) Tungku Resto : Jl. Arif Rahman Hakim, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau.

Alasan penulis mengambil lokasi penelitian ini adalah selama masa pandemi COVID-19, Restoran Perawang Riau mengalami peningkatan jumlah konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat saat masa pandemi COVID-19.

⁸ *Ibid*,h.12

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Konsumen pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.

b. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen itu sendiri pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto pada masa Covid- 19.

4. Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Dalam peneltian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan “ *social situation* ” atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen : tempat (*place*), pelaku (*action*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergi. Situsi sosial tersebut dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui.⁹

Jadi yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pembeli /konsumen yang sedang melakukan pembelian di Restoran dapur jawa, Andre resto & cafe, Tungku resto yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga / tidak terbatas.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta CV, 2012), h 216

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tidak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.¹⁰

b. Sampel

Sampel dalam kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif juga bukan disebut sampel statistic, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah menghasilkan teori.¹¹

Pada penelitian ini, pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang sedang membeli di Restoran dapur Jawa, Andre resto & cafe, Tungku resto. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 63 Informan, jumlah itu ditetapkan menurut Maholtra (2009 : 368), bahwa jumlah sampel dengan jumlah populasi tidak terbatas ukuran sampel diambil ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5, atau $5 \times \text{jumlah variabel}$.¹²

Peneliti menentukan dengan $4 \text{ variabel} \times 5 = 20$. Karena terdapat 3 Restoran maka $20 \times 3 = 60$, setiap restoran mendapatkan 20 informan. Ditambah 3 dari *Owner* atau pemilik dari setiap Restoran jadi jumlah seluruh sampel adalah 63.

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 99

¹¹ *Ibid*, h.100

¹² Maholtra K. Narch 1993, *Marketing Research An Applied Orientation*, second edition, Prentice Hall Internasional Inc, New jersey.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan menggunakan pengambilan sampel *nonprobability* atau juga disebut nonpeluang, adalah pengambilan sampel dengan sengaja (purposive) dan bersifat subjektif.¹³

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability* yakni teknik *sampling incidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insiden bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk sumber data.¹⁴

5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi langsung kepada pemilik Restoran Dapur Jawa, Andre Gym Resto & Cafe, dan Tungku Resto serta konsumen yang membeli makanan di Restoran tersebut selama masa pandemi COVID-19.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain). Dalam hal ini, data sekunder diperoleh dari

¹³ Rully Indrawan, R. Poppy Yaniawato, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, (Bandung: PT. Refika Utama), h. 05

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepastakaan, penelitian terdahulu mengenai konsumsi masyarakat ditinjau dari ekonomi Islam.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penyusunan penelitian ini antara lain

a. Observasi

Observasi atau pengamatan dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini menggunakan observasi partisipasi, di mana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Pengamatan secara langsung ini dilakukan mulai dari peneliti datang ke lokasi penelitian sampai dengan peneliti meninggalkan lokasi penelitian.¹⁵

Observasi yang dilakukan peneliti yaitu mengamati objek yang diteliti yaitu konsumsi masyarakat di Restoran Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak saat masa pandemi COVID-19 menurut perspektif Ekonomi Islam. Teknik ini dilakukan untuk meniadakan keragu-raguan peneliti pada data yang dikumpulkan karena diamati berdasarkan kondisi nyata dilapangan.

¹⁵ *Ibid*,h. 58

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Peneliti mengadakan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan secara lisan antara narasumber atau responden dengan peneliti selaku pewawancara dengan cara tatap muka (*face to face*).¹⁶

Peneliti menggunakan 2 teknik wawancara yaitu wawancara terbuka adalah wawancara yang berdasarkan pertanyaan yang tidak terbatas(Tidak Terikat). Yang menjadi informen nya adalah : Pemilik/owner dari setiap Restoran. Wawancara tertutup adalah wawancara yang berdasarkan pertanyaan yang terbatas jawabannya, menggunakan lembar daftar pertanyaan (*questioner*). Yang menjadi informen nya adalah : Konsumen/Pengunjung di setiap Restoran.

Tanya jawab dalam penelitian ini dilakukan dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu pemilik Restoran Dapur Jawa, Andre Gym Resto & Cafe, dan Tungku Resto serta konsumen yang membeli makanan di Restoran Dapur Jawa Perawang selama masa pandemi COVID-19.

¹⁶ *Ibid*, h.59

c. Dokumentasi

Dalam pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya terkait konsumsi masyarakat di Restoran Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak saat masa pandemi COVID-19.

7. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yang di kembangkan oleh Miles dan Huberman, yaitu analisa data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data antara lain:¹⁷

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Data collection atau pengumpulan data merupakan proses mengumpulkan data dan memastikan informasi pada *variable of interest* (subjek yang akan dilakukan uji coba), dengan cara yang sistematis yang memungkinkan seseorang dapat menjawab pertanyaan dari uji coba yang dilakukan, uji hipotesis, dan mengevaluasi hasil.

b. Kondensasi Data (*Condensation Data*)

Kondensasi data adalah proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan materi (temuan) empirik lainnya.

¹⁷ *Ibid*, h. 60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Penyajian Data (*display data*)

Selanjutnya penulis melakukan penyajian data. Data yang disajikan telah melewati tahap reduksi. Penyajian data dilakukan dengan tujuan agar penulis lebih mudah untuk memahami permasalahan yang terkait dalam penelitian dan dapat melanjutkan langkah berikutnya. Pada umumnya penyajian merupakan suatu pengaturan, kumpulan informasi yang telah dikerucutkan sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Penyajian data dapat dilakukan dengan bagan, uraian singkat, skema dan lain-lain.

d. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*)

Penarikan simpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian terdiri dari lima bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : DESKRIPSI UMUM RESTORAN PERAWANG

Bab ini Gambaran umum tentang Restoran Perawang berisi tentang sejarah, struktur organisasi, produk yang ditawarkan.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini Merupakan teori yang berisikan tentang teori yang berhubungan dengan permasalahan yang meliputi: Perilaku Konsumen (Pengertian Perilaku Konsumen, Dasar Hukum Perilaku Konsumen, Motif Perilaku Konsumen, Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku Konsumen), Konsumsi Islam (Pengertian Konsumsi Dalam Islam, Batasan Konsumsi Dalam Islam, Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Islam, Teori Perilaku Konsumen Islam, Etika dalam Konsumsi Islam), dan Pandemi Covid-19.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat beserta pembahasannya. Selain itu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pula disajikan data-data dan analisis yang berkaitan dengan permasalahan.

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini diuraikan mengenai kesimpulan secara singkat dan jelas untuk menjawab isu hukum atau permasalahan penelitian berdasarkan analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Serta menguraikan saran-saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan berupa preskripsi mengenai apa yang seharusnya secara operasional/aplikatif.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Restoran di Perawang

1. Sejarah Restoran Dapur Jawa

Sebelum mendirikan Restoran Dapur Jawa Bu Veronica berkerja menjadi karyawan di sebuah Bank.. Alasan awal beliau membuka Restoran tersebut karena rindu masakan Jawa, tetapi saat itu di Perawang belum ada Restoran atau Rumah Makan yang menyediakan Menu Masakan Jawa. Lalu tahun 2015 Bu Veronica bersama suaminya Bapak Hendra ber inisiatif untuk membuka usaha yaitu Restoran Dapur Jawa di Perawang dan mulai beroperasi pada tanggal 2 Maret 2015.

Restoran Dapur Jawa adalah rumah makan dengan suasana yang nyaman dan cocok untuk semua kalangan, dari kalangan bawah, kalangan menengah, kalangan atas. Yang memprioritaskan rasa serta kualitas pelayanan yang prima, untuk design logo dan foto-foto produk yang ditawarkan dari Restoran Dapur Jawa Bu veronica edit sendiri, karena beliau ahli dalam bidang Design Grafis.

Restoran dapur Jawa awalnya melayani konsumen dengan hanya menu sarapan pagi saja dan dengan hanya 2 tenaga kerja. Setelah pengerjaan tempat di rasa cukup memadai, Bu Veronica menambah kapasitas untuk melayani konsumen hingga malam disertai dengan penambahan variasi menu untuk makan siang dan makan malam dan tenaga kerja sudah bertambah menjadi 7 orang. Strategi pemasaran Bu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

veronica saat itu mengadakan *event* buka puasa bersama karena kapasitas restoran sanggup menampung hingga 150-200 orang. Peluang usaha resto di Perawang memang ada pesaingnya, tetapi dengan membawa cita rasa asli khas Jawa tentu memberikan warna yang berbeda pada usaha kuliner di Perawang yang masih didominasi oleh masakan Minang dan sudah memiliki 15 karyawan hingga saat ini. Kemudian desain ruangan yang di usung oleh Bu Veronica dengan membuat desain ruangan lesehan disertai dekorasi pemandangan sawah yang membuat konsumen merasa seperti berada ditengah lingkungan persawahan di Jawa.

Unsur utama yang ditawarkan yang membedakan Restoran Dapur Jawa dengan Restoran pada Umumnya adalah :

- a. Produk Makanan asli khas jawa yang halal dan berbeda
- b. Pelayanan Konsumen yang ramah dan sopan
- c. Desain dan suasana ruang makan yang Nyaman

Pada tahun 2018 Restoran Dapur Jawa juga mencetak prestasi dengan menjadi Nominasi 5 besar dalam acara Lomba Bango Penerus Warisan Kuliner (PWK). Bu Veronica juga memberikan fasilitas seperti tempat tinggal dan makan gratis kepada seluruh karyawannya. Dan setiap tahun juga memberikan reward seperti jalan-jalan atas kerja sama seluruh karyawannya. Restoran Dapur Jawa berlokasi di Jl. Moh.Ali, Km. 6 Perawang Barat, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau, buka setiap hari mulai pukul 10.00-22.00 Wib.¹⁸

¹⁸ Wawancara dengan Bu Veonica, Pemilik Restoran Dapur Jawa pada 18 Febuari 2021

2. Sejarah Andre Resto & Cafe

Andre Resto & Cafe berdiri sejak tahun 2007 pada bulan November. Didirikan oleh Bapak Andrizal dan Buk Dewi. Awalnya pendirian Andre Resto & Cafe ini adalah tempat Gym. Karena Bapak Andrizal pada saat itu ingin melakukan gym tetapi di Perawang pada saat itu sangat sedikit bisa menemukan tempat latihan Gym. Dan terpikirlah oleh beliau dengan istrinya untuk membuka tempat Gym sendiri. Bapak Andrizal seorang Karyawan Pt. Indah Kiat Pulp And Paper diperawang sejak tahun 1993.

Melihat usaha Gym nya berjalan dan diterima masyarakat beliau pun melebarkan sayap usahanya dengan membuka sebuah Resto kecil diberi nama Andre Resto. Namun perkembangan Restonya saat itu tidak terlalu pesat karena pada tahun 2007 di perawang aktivitas masyarakat untuk berkunjung dan mencicipi makanan di sebuah Restoran masih sangat minim dan menu yang ditawarkan masih sederhana. Tetapi hal tersebut tidak membuat Bapak Andrizal menyerah beliau tetap berjuang pada Restorannya tersebut. Terbukti pada Tahun 2010 Bapak Andrizal membuka usaha ketiganya yaitu Warnet. Jadi saat itu beliau sudah memiliki 3 usaha, karyawan untuk Restorannya saja sudah memperkejakan 10 Orang. Yang menandakan bahwa usaha tidak akan mengkhianati hasil ucap beliau. Lalu Tahun 2017 membuka Cabang di pekanbaru berlokasikan di Jl. Hr. Subrantas, No.31, KM.11,5, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lokasi Andre Resto & Cafe di Perawang semula berada di Jl. Arif Rahman Hakim, Km.5 Perawang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau. Tetapi pada bulan desember tahun 2020 pindah di Jl. Jl. M. Yamin, Simpang Km.6 Perawang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Riau. Dalam pengelolaan makanan Bapak Andrizal dan Buk Dewi meracik semua bumbu sendiri, dan dalam pemilihan bahan juga turun tangan sendiri karena untuk menjaga kualitas makanan tetap terjaga. Dan Andre Resto & Cafe buka setiap hari selama 24 jam. Karyawan memakai sistem shift pagi dan shift malam.¹⁹

3. Sejarah Tungku Resto Perawang

Tungku Resto didirikan pada Tanggal 11 september tahun 2017, oleh Bapak Agung Estu Winulyo dan Buk Anita Dewi. Dan dikelola oleh manager yaitu bapak Suharto, dan Finance Tungku Resto yaitu Buk Shintia Minandar. Awalnya berdiri Tungku Resto masih di Ruko sewa dengan Depot air avio. Kemudian pada Januari Tahun 2020 Tungku Resto pindah ke Ruko Milik Sendiri sampai hari ini. Alasan dibalik penamaan Tungku karena tungku adalah alat utama memasak makanan, dengan filosofi nya agar Tungku Resto bisa menjadi Restoran Utama di Perawang dan menjadi Pilihan Utama di hati pelanggannya.

Pada saat awal pembukaan, Tungku Resto hanya memiliki karyawan 4 orang saja, sekarang sudah ada 7 karyawan. Lokasi tungku Resto bertepatan di Jl. Arif Rahman Hakim, Kecamatan Tualang,

¹⁹ Wawancara dengan Bu Dewi, Pemilik Andre Resto & Cafe pada 24 Febuari 2021

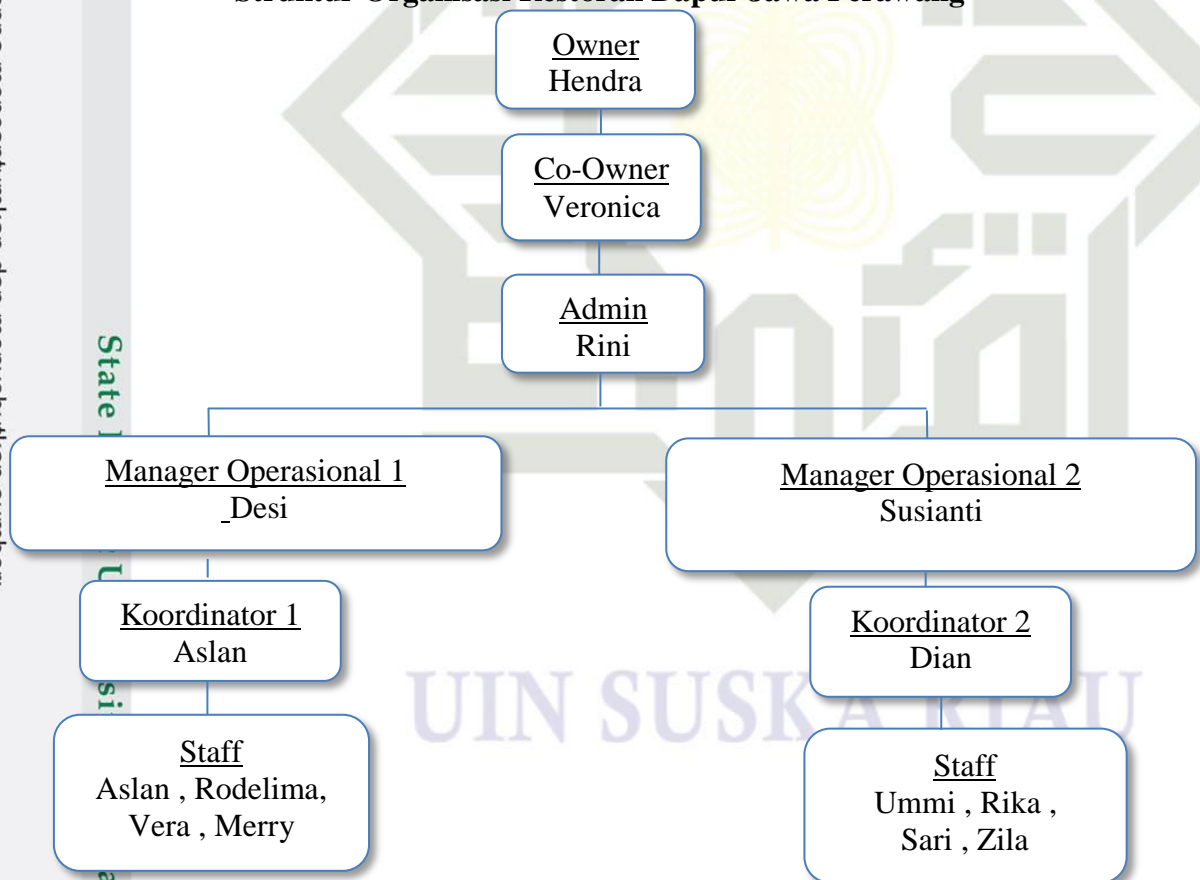
Kabupaten Siak, Riau. Alasan Bapak Agung Estu Winulyo dan Buk Anita Dewi memilih lokasi tersebut adalah karena strategis dan lokasinya pun dipinggir jalan dan dekat juga dengan tempat tinggal. Tungku Resto Perawang buka setiap hari, mulai pukul 11.00-22.00 Wib.²⁰

B. Struktur Organisasi

1. Struktur Organisasi Restoran Dapur Jawa Perawang

Restoran Dapur Jawa Perawang mempunyai anggota berjumlah 14 orang termasuk pemiliknya.²¹

Gambar II.1
Struktur Organisasi Restoran Dapur Jawa Perawang



²⁰ Wawancara dengan Bapak Suharto, Manager Tungku Resto pada 20 Februari 2021

²¹ Wawancara dengan Bu Veonica, Pemilik Restoran Dapur Jawa pada 18 Februari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tugas dan Kewenangan sebagai berikut :

- a. Owner, merupakan pemilik dari Restoran Dapur Jawa Perawang, yang memiliki kewenangan untuk mengontrol dan membuat keputusan yang ada di Resoran.
- b. Co-owner, merupakan pemilik dari Restoran Dapur Jawa Perawang, yang memiliki kewenangan untuk mengontrol dan membuat keputusan yang ada di Resoran
- c. Admin, yakni bertugas untuk membantu owner dan co-owner dalam melaksanakan tugasnya pada bagian administrasi, laporan audit, pengecekan absen dan nota dan mengurus keuangan pada Restoran Dapur Jawa Perawang
- d. Manager Operasional 1, yakni bertugas untuk melakukan pengawasan, menyatukan persepsi supaya tetap kompak pada koordinator, pusat koordinasi, memberikan motivasi pada staff, bertanggung jawab pada semua aspek costumer service bagian dapur di Restoran Dapur Jawa Perawang
- e. Manager Operasional 2, yakni bertugas untuk melakukan pengawasan, menyatukan persepsi supaya tetap kompak, pusat koordinasi, memberikan motivasi pada staff, bertanggung jawab pada semua aspek costumer service bagian pelayanan di Restoran Dapur Jawa Perawang.
- f. Koordinator 1, yakni bertugas untuk melakukan cek kehadiran staff, cek daftar pesanan, cek standar kualitas menu (Makanan &

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Minuman), cek standar penampilan staff, membuat jadwal kerja staff di Restoran Dapur Jawa Perawang

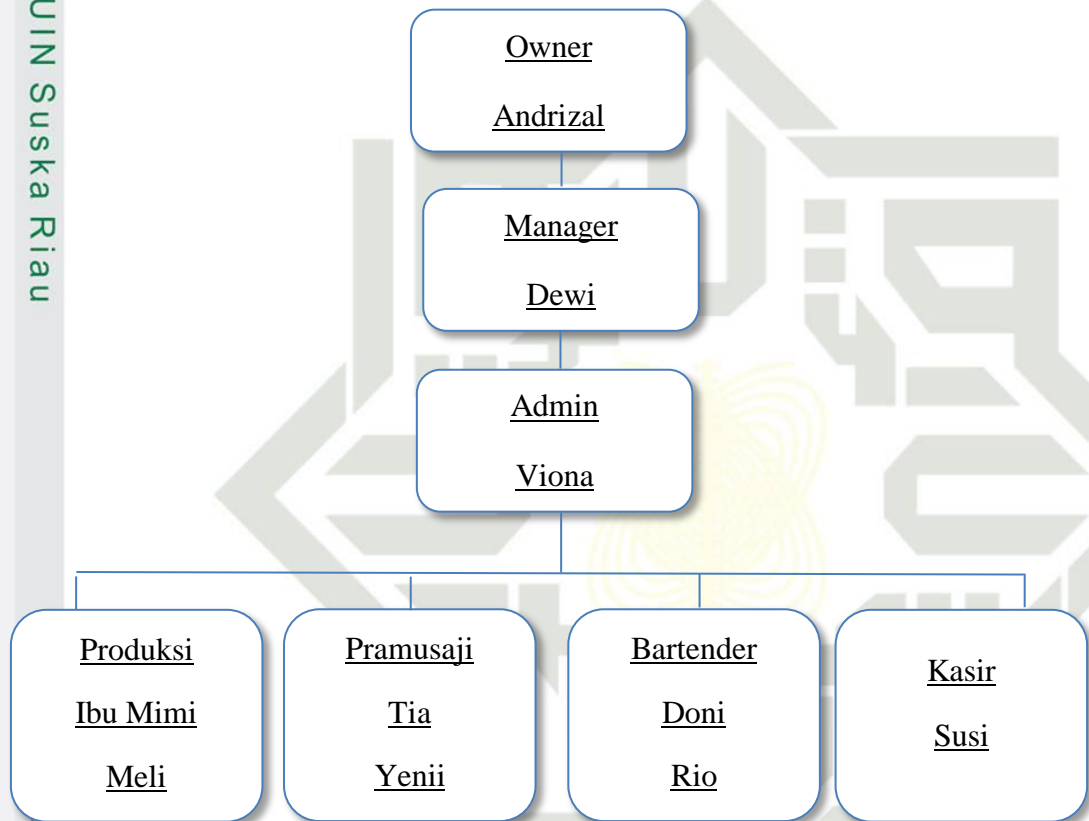
- g. Koordinator 2, yakni bertugas untuk melakukan cek kehadiran staff, cek daftar pesanan, cek kelengkapan peralatan service, cek kebersihan seluruh area Restoran, cek standar penampilan crew service dan kesiapan pelayanan di Restoran Dapur Jawa Perawang
- h. Staff dapur, yakni bertugas untuk melakukan preparation bagian dapur, membuat masakan pesanan sesuai SOP, melakukan order dan memastikan stock bahan baku sesuai kebutuhan, menjaga peralatan masak dan kebersihan dapur, menyiapkan *workstation* dapur dengan semua bahan yang dibutuhkan dan peralatan memasak di Restoran Dapur Jawa Perawang
- i. Staff Pelayanan, yakni bertugas untuk menata meja dan memastikan mejak bersih dan rapi, stand by pada posisi yang tepat, memberikan salam pada costumer, merekomendasikan menu favorite dan menu baru pada costumer, mencatat, meelayani dan mengantarkan pesanan costumer, membantu costumer terkait pesanan dan keluhan jika diperlukan sewaktu-waktu di Restoran Dapur Jawa Perawang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Struktur Organisasi Andre Resto & Café

Andre Resto & Cafe memiliki anggota berjumlah 10 orang termasuk dengan pemiliknya.²²

Gambar II.2
Struktur Organisasi Andre Resto & Café



Tugas dan Kewenangan

- a. Owner, merupakan pemilik dari Andre Resto & Cafe, yang memiliki kewenangan untuk mengontrol dan membuat keputusan yang ada di Resoran.
- b. Manager, yakni bertugas untuk melakukan mempekerjakan dan memberhentikan karyawan, mengatur jadwal kerja, menyetujui serta

²² Wawancara dengan Bu Dewi, Pemilik Andre Resto & Cafe pada 24 Februari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengelola anggaran, memastikan bahwa standar kebersihan serta keamanan terpenuhi, memastikan bahwa kerja karyawan sudah berjalan dengan baik, memantau bahan baku di Andre Resto & Cafe.

- c. Admin, yakni bertugas untuk membantu owner dan co-owner dalam melaksanakan tugasnya pada bagian administrasi, laporan audit, pengecekan absen dan nota dan mengurus keuangan pada Andre Resto & Cafe.
- d. Produksi, yakni bertugas untuk mempersiapkan bahan mentah sampai ke barang setengah matang. Makanan yang diolah dapur produksi antara lain : nasi, lauk pauk seperti daging, ayam, bebek, ikan dan lainnya. Dan sebelum disajikan kepada konsumen produk-produk tersebut diproses lagi dibagian saji agar tampilannya menarik.
- e. Pramusaji, yakni bertugas untuk memproduksi makanan serta menu lain dan melakukan penyajian sebelum produk disampaikan kepada konsumen.
- f. Bartender, yakni bertugas untuk membuat semua jenis minuman yang disediakan Andre Resto & Cafe, semuanya harus dilakukan dengan cepat agar konsumen merasa nyaman. Mengingat minuman adalah produk yang pertama yang harus sampai ke konsumen.
- g. Kasir, yakni bertugas untuk bertanggung jawab atas keuangan restoran dengan melayani pembayaran. Setelah itu kasir melakukan serah terima hasil per harinya kepada owner.

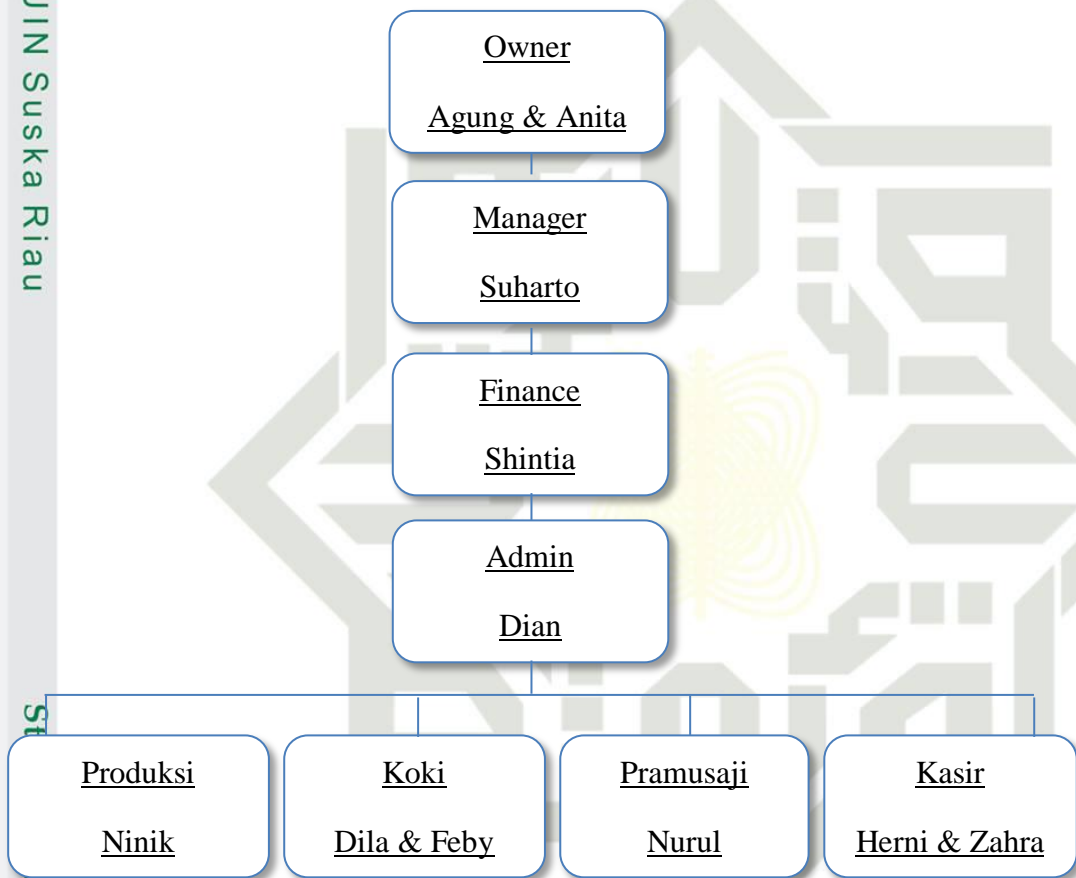
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Struktur Organisasi Tungku Resto

Tungku Resto memiliki anggota berjumlah 11 orang sudah termasuk pemiliknya.²³

Gambar II.3
Struktur Organisasi Tungku Resto



Tugas dan Kewenangan sebagai berikut :

- a. Owner, merupakan pemilik dari Tungku Resto, yang memiliki kewenangan untuk mengontrol dan membuat keputusan yang ada di Resoran.

²³ Wawancara dengan Bapak Suharto, Manager Tungku Resto pada 20 Februari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Manager, yakni bertugas untuk melakukan mempekerjakan dan memberhentikan karyawan, mengatur jadwal kerja, menyetujui serta mengelola anggaran, memastikan bahwa standar kebersihan serta keamanan terpenuhi, memastikan bahwa kerja karyawan sudah berjalan dengan baik, memantau bahan baku di Tungku Resto
- c. Finance, yakni bertugas untuk melakukan pengaturan administrasi keuangan restoran, menyusun dan membuat laporan perpajakan, menyusun dan membuat anggaran pendapatan belanja secara periodic, menyusun dan membuat surat-surat yang berhubungan dengan perbankan di Tungku Resto
- d. Admin, yakni bertugas untuk membantu owner dan co-owner dalam melaksanakan tugasnya pada bagian administrasi, laporan audit pengecekan absen dan nota di Tungku Resto.
- e. Produksi, yakni bertugas untuk mempersiapkan bahan mentah sampai ke barang setengah matang. Makanan yang diolah dapur produksi antara lain : nasi, lauk pauk seperti daging, ayam, bebek, ikan dan lainnya. Dan sebelum disajikan kepada konsumen produk-produk tersebut diproses lagi dibagian saji agar tampilannya menarik.
- f. Pramusaji, yakni bertugas untuk memproduksi makanan serta menu lain dan melakukan penyajian sebelum produk disampaikan kepada konsumen.
- g. Bartender, yakni bertugas untuk membuat semua jenis minuman yang disediakan Andre Resto & Cafe, semuanya harus dilakukan dengan cepat agar konsumen merasa nyaman. Mengingat minuman adalah produk yang pertama yang harus sampai ke konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- h. Kasir, yakni bertugas untuk bertanggung jawab atas keuangan restoran dengan melayani pembayaran. Setelah itu kasir melakukan serah terima hasil per harinya kepada owner.

C. Produk yang di Tawarkan Restoran

1. Produk yang di Tawarkan Restoran Dapur Jawa

Produk-produk yang ditawarkan Restoran Dapur Jawa merupakan produk yang Halal. Dan menyediakan menu mulai dari Sayur, Olahan Ikan, Ayam, Seafood, Nasi Goreng, dan lainnya, terutama Menu Masakan Jawa yang memberikan cita rasa yang cukup berbeda kepada pelanggan secara umum. dan menjadikan Restoran Dapur Jawa Memiliki Point lebih dibandingkan Restoran lainnya. Tetapi sekarang Restoran Dapur Jawa juga sudah menambah menu baru yaitu Steak dan Nasi Bistik.²⁴

Produk-Produk yang ditawarkan oleh Restoran Dapur Jawa Perawang sebagai berikut:

Tabel II.1
Daftar Menu Sayur dan Pelengkap lainnya

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Sup Daging	Rp. 30.000
2.	Tongseng Daging	Rp. 35.000
3.	Soto Ayam	Rp. 15.000
4.	Sayur Asem	Rp. 10.000
5.	Ca Kangkung	Rp. 10.000
6.	Ca Tauge Terasi	Rp. 12.000
7.	Capcay Polos	Rp. 12.000
8.	Tahu Tempe Goreng	Rp. 2.000
9.	Tahu Tempe Bacem	Rp. 3.000
10.	Tahu Tempe Goreng Tepung	Rp. 2.500
11.	Telur Dadar Ala Dj	Rp. 5.000

²⁴ Wawancara dengan Bu Veonica, Pemilik Restoran Dapur Jawa pada 18 Februari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel II.2
Daftar Menu Nasi Goreng

No.	Jenis Makanan	Harga
1.	Nasi Goreng Ayam	Rp. 15.000
2.	Nasi Goreng Kari	Rp.15.000
3.	Nasi Goreng Ayam+ Ati Ampela	Rp.18.000
4.	Nasi Goreng Sapi	Rp. 25.000

Tabel II.3
Daftar Menu Olahan Ikan dan Seafood

No.	Jenis Makanan	Harga
1.	Lele Goreng	Rp. 14.000
2.	Lele Bakar	Rp. 15.000
3.	Lele Saus Asam Manis	Rp. 18.000
4.	Lele Saus Barbeque	Rp. 18.000
5.	Lele Saus Lada Hitam	Rp. 18.000
6.	Lele Rica-rica	Rp. 18.000
7.	Gurame Goreng	Rp. 13.000
8.	Gurame Bakar	Rp. 15.000
9.	Gurame Saus	Rp. 15.000
10.	Gurame saus Asam Manis	Rp. 40.000
11.	Gurame Saus Barbeque	Rp. 40.000
12.	Cumi Saus Lada Hitam	Rp. 40.000

Tabel II.4
Daftar Menu Hidangan Cemilan

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Kentang Goreng	Rp. 15.000
2.	Chicken Nugget	Rp. 20.000
3.	Kentang Mix Nugget	Rp. 20.000

Tabel II.5
Daftar Menu Olahan Ayam dan Bebek

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Ayam Kremes	Rp. 15.000
2..	Ayam Bumbu Kuning	Rp. 15.000
3.	Ayam Penyet Sambal	Rp. 15.000
4.	Ayam Bakar	Rp. 16.000
5.	Ayam Goreng Bacem	Rp. 17.000
6.	Ayam Saus Asam Manis	Rp. 19.000
7.	Ayam Saus Barbeque	Rp. 19.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Jenis Makanan	Harga
8.	Ayam Saus Lada Hitam	Rp. 19.000
9.	Ayam Rica-rica	Rp. 19.000
10.	Ayam Kampung Goreng Bakar	Rp. 25.000
11.	Bebek Goreng/ Bakar	Rp. 30.000
12.	Sate Hati Goreng/ Bakar	Rp. 3.000
13.	Nila Goreng	Rp. 15.000
14.	Nila Bakar	Rp. 16.000
15.	Nila Saus Asam Manis	Rp. 19.000
16.	Nila Saus Barbeque	Rp. 19.000
17.	Nila Saus Lada Hitam	Rp. 19.000
18.	Nila Rica-rica	Rp. 19.000

Tabel II.6
Daftar Menu Nasi Bistik

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Nasi Bistik Saus Barbeque	Rp. 25.000
2.	Nasi Bistik Saus Asam Manis	Rp. 30.000
3.	Nasi Bistik Saus Teriyaki	Rp. 30.000
4.	Nasi Bistik Rica-rica	Rp. 25.000
5.	Nasi Bistik Saus Lada Hitam	Rp. 25.000

Tabel II.7
Daftar Menu Minuman

No.	Jenis Minuman	Harga
1.	Jus Buah	Rp. 9.000
2..	Jus Buah Mix	Rp. 12.000
3.	Jeruk Peras	Rp. 8.000
4.	Wedang Jahe Susu	Rp. 10.000
5	Wedang Jahe	Rp. 8.000
6.	Teh Telur	Rp. 10.000
7.	Teh Tawar	Rp. 3.000
8.	Teh Manis	Rp. 5.000
9.	Teh Tarik	Rp. 8.000
10.	Teh Susu	Rp. 8.000
11.	Jeruk Nipis	Rp. 8.000
12.	Kopi Ginseng	Rp. 10.000
13.	Cappuccino	Rp. 8.000
14.	Fanta Susu	Rp. 10.000
15.	Air Mineral	Rp. 5.000
16.	Es Kosong	Rp. 1.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Produk yang di Tawarkan Andre Resto & Cafe

Produk-produk yang ditawarkan Andre & Cafe merupakan produk yang Halal. Mulai dari Makanan & Minuman yang lebih bervariasi daripada Resto lainnya menjadi daya tarik bagi konsumen karena pilihan menu yang banyak. Mengenai harga Andre Resto & Cafe tidak terlalu mahal dan masih standar, sesuai dengan produk yang disajikan.²⁵

Produk-produk yang ditawarkan Andre Resto & Cafe sebagai berikut :

Tabel II.8
Daftar Menu Steak Andre

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Beef/ Chicken Mushroom Sauce	Rp. 20.000
2.	Beef/ Chicken BBQ Sauce	Rp. 20.000
3.	Beef/ Chicken Teriyaki Sauce	Rp. 20.000
4.	Beef/ Chicken Black Paper Sauce	Rp. 20.000
5.	Beef/ Chicken Rujak Sauce	Rp. 20.000
6.	Beef/ Patty Burger Steak	Rp. 20.000
7.	Beef Steak Crispy	Rp. 20.000
8.	Chicken Steak Crispy	Rp. 20.000
9.	Beef Steak Middle	Rp. 20.000
10.	Beef Steak Large Siza	Rp. 100.000
11.	Sapi/Ayam Lada Hitam + Nasi	Rp. 25.000
12.	Sapi/ Ayam Teriyaki + Nasi	Rp. 25.000

Tabel II.9
Daftar Menu Penyet Dan Geprek Andre

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Ayam Kremes + Nasi	Rp. 24.000
2.	Ayam Penyet Terasi + Nasi	Rp. 20.000
3.	Ayam Rica-rica + Nasi	Rp. 20.000
4.	Ayam Saus Padang	Rp. 20.000
5.	Ayam Cabe Ijo + Nasi	Rp. 20.000
6.	Ayam Geprek Balckpaper + Nasi	Rp. 20.000

²⁵ Wawancara dengan Bu Dewi, Pemilik Andre Resto & Cafe pada 24 Febuari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Jenis Makanan	Harga
7.	Ayam Geprek Rawit Pedas + Nasi	Rp. 18.000
8.	Ayam Geprek Terasi + Nasi	Rp. 18.000
9.	Ayam Geprek Rica-rica + Nasi	Rp. 18.000
10.	Ayam Geprek Saus Padang	Rp. 18.000
11.	Ayam Geprek Cabe Ijo + Nasi	Rp. 18.000
12.	Nila Kremes + Nasi	Rp. 24.000
13.	Nila Terasi + Nasi	Rp. 20.000
14.	Nila Rica-rica + Nasi	Rp. 20.000
15.	Nila Saus Padang	Rp. 20.000
16.	Nila Cabe Ijo + Nasi	Rp. 20.000
17.	Lele Kremes + Nasi	Rp. 20.000
18.	Lele Terasi + Nasi	Rp. 20.000
19.	Lele Saus Padang + Nasi	Rp. 20.000
20.	Lele Cabe Ijo + Nasi	Rp. 20.000
21.	Bebek Dada + Nasi	Rp. 28.000
22.	Bebek Paha + Nasi	Rp. 28.000

Tabel II.10
Daftar Menu Nasi Goreng

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Nasi Goreng Lereng Tasia	Rp. 13.000
2.	Nasi Goreng Lereng Tasia Spesial	Rp. 25.000
3.	Nasi Goreng Chicken Katsu	Rp. 37.000
4.	Nasi Goreng Mongolian	Rp. 27.000
5.	Nasi Goreng Sapi	Rp. 27.000
6.	Nasi Goreng Seafood	Rp. 25.000
7.	Nasi Goreng Istana	Rp. 25.000
8.	Nasi Goreng Ayam	Rp. 25.000
9.	Nasi Goreng Pattaya	Rp. 20.000
10.	Nasi Goreng Dadar	Rp. 15.000
11.	Nasi Goreng Biasa	Rp. 13.000

Tabel II.11
Daftar Menu Bihun Goreng

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Bihun Goreng Chicken Katsu	Rp. 37.000
2.	Bihun Goreng Mongolian	Rp. 27.000
3.	Bihun Goreng Sapi	Rp. 27.000
4.	Bihun Goreng Istana	Rp. 25.000
5.	Bihun Goreng Seafood	Rp. 25.000
6.	Bihun Goreng Ayam	Rp. 25.000
7.	Bihun Goreng Nugget	Rp. 23.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Jenis Makanan	Harga
8.	Bihun Goreng Pattaya	Rp. 20.000
9.	Bihun Goreng Dadar	Rp. 17.000
10.	Bihun Goreng Pedas	Rp. 15.000

Tabel II.12
Daftar Menu Kwietiaw Goreng

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Kwietiaw Goreng Chicken Katsu	Rp. 37.000
2.	Kwietiaw Goreng Mongolian	Rp. 27.000
3.	Kwietiaw Goreng Sapi	Rp. 27.000
4.	Kwietiaw Goreng Istana	Rp. 25.000
5.	Kwietiaw Goreng Seafood	Rp. 25.000
6.	Kwietiaw Goreng Ayam	Rp. 25.000
7.	Kwietiaw Goreng Nugget	Rp. 23.000
8.	Kwietiaw Goreng Pattaya	Rp. 20.000
9.	Kwietiaw Goreng Dadar	Rp. 17.000
11.	Kwietiaw Goreng	Rp. 15.000

Tabel II.13
Daftar Menu Burgers

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Burger and Fries	Rp. 27.000
2.	Beef Burger Special	Rp. 20.000
3.	Beef Cheeseburger	Rp. 18.000
4.	Beef Burger BBQ Sauce	Rp. 17.000
5.	Beef Burger Mushroom Sauce	Rp. 17.000
6.	Beef Burger Black Paper Sauce	Rp. 17.000
7.	Beef Burger Teriyaki Sauce	Rp. 17.000
8.	Beef Burger	Rp. 13.000
9.	Sousage	Rp. 20.000
10.	Chicken Nugget	Rp. 19.000
11.	French Fries (Kentang Goreng)	Rp. 19.000

Tabel II.14
Daftar Spaghetti

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Spaghetti Seafood	Rp. 23.000
2.	Spaghetti Meat Ball	Rp. 23.000
3.	Spaghetti Nugget	Rp. 23.000
4.	Spaghetti Sosis	Rp. 23.000
5.	Spaghetti Meat Sauce	Rp. 25.000
6.	Spaghetti Chicken Sauce	Rp. 16.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel II.15
Daftar Menu Indomie

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Indomie/ Mie Goreng Chicken Katsu	Rp. 37.000
2.	Indomie/ Mie Goreng Mongolian	Rp. 27.000
3.	Indomie/ Mie Goreng Sapi	Rp. 27.000
4.	Indomie/ Mie Goreng Istana	Rp. 25.000
5.	Indomie/ Mie Goreng Seafood	Rp. 25.000
6.	Indomie/ Mie Goreng Ayam	Rp. 23.000
7.	Indomie/ Mie Goreng Nugget	Rp. 20.000
8.	Indomie/ Mie Goreng Pattaya	Rp. 17.000
9.	Indomie/ Mie Goreng Dadar	Rp. 15.000
10.	Indomie Rebus	Rp. 13.000
11.	Indomie Goreng	Rp. 13.000

Tabel II.16
Daftar Menu Roti Goreng

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Roti Goreng Coklat + Blueberry	Rp. 16.000
2.	Roti Goreng Coklat	Rp. 15.000
3.	Roti Goreng Keju + Strawberry	Rp. 16.000
4.	Roti Goreng Keju + Nanas	Rp. 16.000
5.	Roti Goreng Keju + Coklat	Rp. 16.000
6.	Roti Goreng Keju + Blueberry	Rp. 16.000
7.	Roti Goreng Keju Mises	Rp. 16.000
8.	Roti Goreng Keju	Rp. 15.000
9.	Roti Goreng Strawberry + Coklat	Rp. 16.000
10.	Roti Goreng Strawberry + Blueberry	Rp. 16.000
11.	Roti Goreng Nanas + Strawberry	Rp. 16.000
12.	Roti Goreng Nanas + Coklat	Rp. 16.000
13.	Roti Goreng Nanas + Blueberry	Rp. 16.000

Tabel II.17
Daftar Menu Ramen

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Shoyu Ramen	Rp. 22.000
2.	Tom yam Ramen	Rp. 22.000
3.	BBQ Ramen	Rp. 22.000
4.	Karee Ramen	Rp. 22.000
5.	Pepper Ramen	Rp. 22.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel II.18
Daftar Menu Frappe

No	Jenis Minuman	Harga
1.	Lava Chips	Rp. 20.000
2.	Merry Strawberry	Rp. 20.000
3.	Red Velve	Rp. 20.000
4.	Avocado Coffe	Rp. 20.000
5.	Blueberry Fountain	Rp. 20.000
6.	Tiramisu Sensation	Rp. 20.000
7.	Blue Sky	Rp. 20.000

Tabel II.19
Daftar Menu Andre's Boba

No	Jenis Minuman	Harga
1.	Vanilla	Rp. 13.000
2.	Strawberry	Rp. 13.000
3.	Red Velvet	Rp. 13.000
4.	Chocolate	Rp. 13.000
5.	Choco Orea	Rp. 13.000
6.	Green Tea	Rp. 13.000
7.	Taro	Rp. 13.000
8.	Cappuccino	Rp. 13.000
9.	Durian	Rp. 13.000

Tabel II.20
Daftar Menu Andre's Bandrex

No	Jenis Minuman	Harga
1.	Bandrex Cappucino	Rp. 15.000
2.	Bandrex Gingseng	Rp. 15.000
3.	Bandrex Telur	Rp. 13.000
4.	Bandrex Susu	Rp. 10.000

Tabel II.21
Daftar Menu Andre's Coffe

No	Jenis Minuman	Harga
1.	Luwak White Coffe Telur	Rp. 15.000
2.	Luwak White Coffe Dingin	Rp. 12.000
3.	Luwak White Coffe Panas	Rp. 10.000
4.	Coffe Cappuccino Telur	Rp. 15.000
5.	Coffe Capuccino Dingin	Rp. 12.000
6.	Coffe Capuccino Panas	Rp. 10.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Jenis Minuman	Harga
7.	Coffe Gingseng Telur	Rp. 15.000
8.	Coffe Gingseng Dingin	Rp. 12.000
9.	Coffe Gingseng Panas	Rp. 10.000
10.	Kopi Hitam Susu Telur	Rp. 15.000
11.	Kopi Hitam Susu	Rp. 10.000
12.	Kopi Hitam	Rp. 8.000

Tabel II.22
Daftar Menu Milk And Tea

No	Jenis Minuman	Harga
1.	Teh Telur Pinang	Rp. 15.000
2.	Teh Susu Telur	Rp. 13.000
3.	Teh Jeruk Nipis	Rp. 13.000
4.	Teh Susu	Rp. 10.000
5.	Teh Susu Dingin	Rp. 12.000
6.	Susu Dingin	Rp. 12.000
7.	Susu Panas	Rp. 10.000
8.	Teh Telur	Rp. 10.000
9.	Teh Manis	Rp. 5.000
10.	Es The	Rp. 5.000

Tabel II.23
Daftar Menu Fresh Andre's Juice

No	Jenis Minuman	Harga
1.	Jus Pinang Gingseng	Rp. 15.000
2.	Jus Tiga Rasa	Rp. 15.000
3.	Avocado Gingseng	Rp. 15.000
4.	Avocado Cappucino	Rp. 15.000
5.	Avocado Telur	Rp. 15.000
6.	Avocado Float	Rp. 15.000
7.	Jus Dua Rasa	Rp. 13.000
8.	Jus Naga	Rp. 12.000
9.	Jus Semangka	Rp. 10.000
10.	Jus Naga	Rp. 13.000
11.	Jus Terong Belanda + Tomat	Rp. 13.000
12.	Jus Timpel	Rp. 13.000
13.	Jus Wortel + Jeruk	Rp. 13.000
14.	Jus Wortel + Tomat	Rp. 13.000
15.	Soup Buah	Rp. 17.000
16.	Jus Sunkist	Rp. 15.000
17.	Lemon Tea	Rp. 15.000
18.	Jus Sirsak	Rp. 13.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Jenis Minuman	Harga
19.	Jus Terong Belanda	Rp. 10.000
20.	Jus Melon Kuning	Rp. 10.000
21.	Jus Mangga	Rp. 10.000
22.	Jus Jeruk	Rp. 8.000
23.	Jus Apel	Rp. 8.000
24.	Jus guava	Rp. 8.000
25.	Jus Pokat	Rp. 8.000

3. Produk yang di Tawarkan Tungku Resto

Produk-produk yang ditawarkan tungku resto merupakan produk yang Halal. Menu yang disajikan juga lengkap mulai Makanan dan Minuman hanya saja produk yang ditawarkan masih belum bervariasi dibandingkan Resto lainnya. Menu andalan dari tungku resto adalah Steak. Walaupun menu nya belum terlalu banyak tetapi sudah mendapatkan perhatian dari konsumen karena cita rasa yang tidak kalah dengan pesaing Resto lainnya.²⁶

Produk-Produk yang ditawarkan oleh Tungku Resto Perawang sebagai berikut :

Tabel II.24
Daftar Menu Makanan

No	Jenis Makanan	Harga
1.	Steak Ayam Crispy	Rp. 15.000
2.	Steak Ayam Katsu	Rp. 15.000
3.	Ayam Bakar Madu	Rp. 16.000
4.	Ayam Goreng + Nasi	Rp. 25.000
5.	Ikan Nila Bakar	Rp. 17.000
6.	Ikan Nila Goreng + Nasi	Rp. 15.000
7.	Ayam Geprek Special	Rp. 16.000
8.	Sate Hati Ampela Bakar	Rp. 10.000
9.	Sate Hati Ampel Crispy	Rp. 10.000
10.	Beef Steak Katsu	Rp. 20.000
11.	Beef Steak Crispy	Rp. 20.000
12.	Special Lele Goreng Crispy + Nasi	Rp. 15.000

²⁶ Wawancara dengan Bapak Suharto, Manager Tungku Resto pada 20 Febuari 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel II.25
Daftar Menu Minuman Drinks

No.	Jenis Minuman	Harga
1.	Teh Es	Rp. 9.000
2..	Teh Hangat	Rp. 12.000
3.	Es Jeruk	Rp. 8.000
4.	Es Kosong	Rp. 10.000
5	Fanta Susu	Rp. 8.000
6.	Orange Float	Rp. 10.000

Tabel II.26
Daftar Menu Minuman Milk Shake

No.	Jenis Minuman	Harga
1.	Vanilla Blue	Rp. 10.000
2..	Avocado	Rp. 10.000
3.	Coffe Caramel	Rp. 10.000
4.	Vanilla Cheese	Rp. 10.000
5.	Tiramisu	Rp. 10.000
6.	Red Velvet	Rp. 10.000
7.	Silverqueen	Rp. 10.000
8.	Taro	Rp. 10.000

Tabel II.27
Daftar Menu Minuman Ice Cream

No.	Jenis Minuman	Harga
1.	Roti + Ice Cream	Rp. 5.000
2..	Roti + Double Ice Cream	Rp. 10.000
3.	Roti + Triple Ice Cream	Rp. 15.000

A. Perilaku Konsumen

BAB III

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam Undang-undang RI Nomor.8 Tahun 1998 pasal 1 ayat 2: Tentang perlindungan konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “setiap pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”²⁷ Konsumen adalah orang atau organisasi yang membeli barang atau jasa untuk di konsumsi atau dijual kembali atau di olah jadi barang lain lebih lanjut.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlihat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.²⁸ *The American Asosiasi* mendefenisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamia antara afeksi dan kognia, perilaku, dan merupakan interaksi dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.²⁹

²⁷ [www.dikti.go.id/.../UU-8-1999 Perlindungan Konsumen](http://www.dikti.go.id/.../UU-8-1999%20Perlindungan%20Konsumen) di unduh 29 Juli 2021 Pada Pukul 13.15 Wib.

²⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, (Jakarta: Prenada Media 2003), h. 3

²⁹ *Ib.id*, h.4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perilaku adalah reaksi seseorang individu yang terwujud dalam gerakan sikap bukan hanya badan atau ucapan.³⁰ Teori perilaku konsumen menjelaskan tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan untuk pembelian berbagai barang dan jasa.³¹

Menurut Gerald Zaldman dan Melanie Wallendori perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi sebagai suatu akibat menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.³²

Perilaku konsumsi lebih cenderung kepada konsumen dalam melakukan konsumsi. Dengan kata lain, mengkonsumsi merupakan tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka.

2. Dasar Hukum Perilaku Konsumen

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya baik kesejahteraan bersama. Salah satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang *khalifah* adalah kegiatan ekonomi (*umum*) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi (*khusus*). Islam mengajarkan kepada sang khalifah untuk memakai dasar yang benar agar mendapat keridhaan dari

³⁰ Sudarsono, *Kamus Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), h. 335

³¹ Robert S. Pindyck, *Mikroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2014), h.71

³² Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (UB Press: Malang, 2012), h.1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Allah sang pencipta. Dasar yang benar itu merupakan sumber hukum yang telah ditetapkan dan harus diikuti penganut islam.³³

Dalam Al-Qur'an disebutkan perintah Allah kepada manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar manusia, sebagaimana dalam Surah Al-Saba' ayat 15 sebagai berikut:

لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكَنِهِمْ آيَةٌ ۖ جَنَّاتٍ عَنْ يَمِينٍ وَشِمَالٍ كُلُّوا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ وَاشْكُرُوا لَهُ ۚ بَلْدَةٌ طَيِّبَةٌ وَرَبُّ غَفُورٌ

Artinya : Sesungguhnya bagi kaum Saba' ada tanda (kekuasaan Tuhan) di tempat kediaman mereka yaitu dua buah kebun di sebelah kanan dan di sebelah kiri. (kepada mereka dikatakan): "Makanlah olehmu dari rezeki yang (dianugerahkan) Tuhanmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya. (Negerimu) adalah negeri yang baik dan (Tuhanmu) adalah Tuhan Yang Maha Pengampun". (Q.S. as-Saba':15)³⁴

Berkaitan dengan ayat diatas , Al-Ghazali mengatakan untuk Mendukung aktivitas sehari-hari. Allah Swt menyuruh kita untuk mengkonsumsi makanan yang *thayyibat* (sehat dan bergizi). Ada yang berpendapat *thayyibat* adalah makanan halal.³⁵

Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern. Pengertian mengenai konsumsi Islam yang tidak terbatas pada larangan-larangan tetapi lebih luas daripada itu. Islam

³³ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 76

³⁴ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Q.S As-Saba (34): 15

³⁵ Al-Ghazali, *Al-Halal wal Haram*, Alih Bahasa Iwan Kurniawan, (Bandung: Mizan Pustaka, 2017), h.11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memandang manusia seutuhnya tidak hanya sebatas makhluk ekonomi (*homo economicus*).³⁶

3. Motif Perilaku Konsumen

Motif Internal adalah motif yang tumbuh dalam diri seseorang dalam bentuk ingin selalu hidup sehat dan kuat. Adapun sebuah *motif eksternal* adalah sebuah motif yang ada pada diri manusia dalam bentuk ingin memenuhi kebutuhan kenyamanan diri pelakuknya dan secara sosiologis ingin mendapatkan penilaian positif dari orang lain atau publik.³⁷

Tujuan mempelajari perilaku konsumen adalah untuk mengetahui dan menentukan bagaimana respon atau tanggapan konsumen terhadap perubahan-perubahan yang akan terjadi pada faktor atau variabel-variabel yang dikumpulkan oleh produsen.³⁸

4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Pengambilan keputusan didasari dengan berbagai hal baik dari dalam individu maupun diluar individu. Konsumen mampu memberikan kepuasan tertinggi. Keputusan Konsumen dalam upaya memperoleh dan memanfaatkan barang dan jasa dipengaruhi oleh Faktor-faktor yang

³⁶ Soekarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.243

³⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h.102

³⁸ Nugroho J. Setiadi, *Business Economics Managerial Decision Making*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberi pengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor Pribadi/ Personal, dan faktor psikologis.³⁹

Tabel III.1
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Kebudayaan	Sosial	Pribadi	Psikologis
Budaya	Kelompok Referensi	Usia dan Tahap siklus hidup	Motivasi
Sub-budaya	Keluarga	Pekerjaan	Persepsi
Kelas Sosial	Peran dan Status Sosial	Keadaan Ekonomi Gaya Hidup Kepribadian	Proses Belajar Keyakinan dan Sikap

Sumber: Kotler dan Amstrong (2001: 197)

a. Faktor Kebudayaan

Kotler dan Amstrong mendefinisikan kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dan keluarga, atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku.

1) Budaya

Adalah sebagai symbol dari fakta yang kompleks, yang diciptakan manusia, diturunkan dari generasi ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur manusia dalam masyarakat.⁴⁰

³⁹ Sri Wigati, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya, Vol.01, No.01, (2011), h. 27-28

⁴⁰ Sri Hartiyah, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gas Elpiji Tabung 5,5 Kg*, Jurnal Fakultas Universitas Sains, (2014), h.6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Sub-budaya

Menurut Mowen dan Minor Sub-budaya dapat didefinisikan sebagai pembagian budaya nasional yang didasarkan pada beberapa karakteristik pemersatu, seperti status social atau kebangsaan dan anggota yang berbagi pola perilaku yang sama berbeda dari budaya nasional.⁴¹

3) Kelas Sosial

Adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang sama.⁴²

b. Faktor Sosial

Menurut Kotler dan Keller faktor social seperti kelompok social, keluarga serta peranan dan status sosial merupakan aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pengambilan keputusan konsumen.⁴³ Menurut Josep Schumpeter mengatakan bahwa terbentuknya kelas sosial dalam masyarakat adalah karena diperlukan untuk menyesuaikan keperluan-keperluan nyata⁴⁴.

⁴¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori Penerapan dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), h.251

⁴² Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.7

⁴³ Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata*, Jurnal Manajemen, (2012), H.1

⁴⁴ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h.303

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Kelompok Referensi / Kelompok Acuan

Kelompok acuan (*Reference Group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.⁴⁵

2) Keluarga

Menurut Abu Ahmadi menyebutkan bahwa keluarga adalah suatu kesatuan sosial yang terkecil yang terdiri atas suami istri dan jika ada anak-anak yang didahulukan oleh adanya perkawinan. Selanjutnya keluarga dalam bentuk yang murni merupakan suatu kesatuan sosial yang terdiri dari suami, istri, dan anak-anak yang belum dewasa.⁴⁶

3) Peran dan Status Sosial

Menurut Robert M.Z lawing status sosial masyarakat adalah penggolongan orang-orang yang termasuk dalam system sosial tertentu ke dalam lapisan hierarki (Jenjang jabatan) menurut dimensi kekuasaan, *Privelese* (Keistimewaan) dan *Prestive* (Prestasi / kemampuan seseorang).⁴⁷ Menurut Max Weber dan Karl Marx berkata bahwa “kelas” di stratifikasikan menurut hubungan mereka didalam produk dan perolehan barang, sedangkan “kelompok” di stratifikasikan menurut prinsip

⁴⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Penerapan dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), h. 305

⁴⁶ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 34

⁴⁷ *Ibid*, h. 72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumsi barang mereka gambarkan dengan “gaya hidup” special.⁴⁸

c. Faktor Pribadi

Menurut Lamb faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi.⁴⁹ Kepribadian seseorang diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, tempramen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya.⁵⁰

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang-orang membeli suatu barang dan jasa yang berubah-ubah selama hidupnya. Selera orang pun dalam pakaian, makanan, perabot, dan lainnya berhubungan dengan usianya, pemasar sering mendefenisikan sasaran pasar dalam bentuk tahap siklus hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap.

2) Pekerjaan

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa

⁴⁸ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta; Prenada Media, 2003), h.227

⁴⁹ Abdul Ghoni dan Tri Bodroastiti, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen*, (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjadowo Semarang), *Junal, Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Manggala*, (2013), h.7

⁵⁰ Taufik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h.57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang digunakannya. Tingkat kebutuhan konsumen dapat diidentifikasi pekerjaannya.

3) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk dan jasa. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dinadikan uang). Kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung (Setiadi, 2010: 12).

4) Gaya Hidup

Menurut Engel, Blackwell, Miniard, dan Mowen, gaya hidup adalah pola hidup yang menyangkut cara orang menggunakan waktu dan uangnya". Gaya hidup juga dapat didefinisikan sebagai kerangka acuan yang digunakan seseorang dalam bertindak laku, individu tersebut berusaha membuat seluruh aspek kehidupan berhubungan dalam suatu pola tertentu dan mengatur strategi bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh orang lain.⁵¹

5) Kepribadian

Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku membeli. Menurut Kotler

⁵¹ Mulyadi Nitisusatro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepribadian adalah ciri-ciri psikologis manusia (*Human psychological traits*) yang khas menghasilkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya.⁵²

d. Faktor Psikologis

Menurut Allport dalam Carapedia psikologis merupakan pikiran, perasaan dan perilaku individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain secara actual, dibayangkan atau hadir secara tidak langsung .⁵³

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia bertempat tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.⁵⁴

1) Motivasi

Handoko mengatakan bahwa motivasi adalah suatu keadaan diri pribadi yang mendorong, untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan.⁵⁵ Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat *Biogenis*, yaitu

⁵² Philip Kotler and Kevin Lane Ketler, *Manajemen Pemasran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.223

⁵³ Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang , *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam Memilih Produk Operator Indosat-M3*”, Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang, Jurnal STIE AMA Salatiga, (2013)”, h.117

⁵⁴ Ketut Indah P dan Kastawan M, *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian kebaya Bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.11, (2015), h.362

⁵⁵ Taufik Suryani, *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran* , (Yogyakarta; Graba Ilmu, 2012), h.27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Kebutuhan yang lain bersifat *psikogenis*, yaitu kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok.⁵⁶

2) Persepsi

Menurut Kotler persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.⁵⁷ Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.⁵⁸

3) Pembelajaran

Teori Pembelajaran mengajarkan bahwa para pemasar dapat membangun permintaan sebuah produk dengan mengaitkannya pada dorongan yang kuat dan memberikan penguatan yang positif. Keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut konsumen tentang suatu hal. Melalui tindakan dan belajar konsumen mendapatkan keyakinan dan sikap, keduanya mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

⁵⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Ketler, *Manajemen Pemsaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 77

⁵⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Ketler, *Manajemen Pemsaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 77

⁵⁸ Lukista Amrin Widya Kusuma, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pedagang Pasar Dolopo Dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah Pada BRIS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo*, Jurnal IAIN Ponorogo, (2020), h. 39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keyakinan konsumen akan membentuk citra produk dan merek, serta konsumen akan bertindak berdasarkan citra tersebut.⁵⁹

B. Konsumsi dalam Islam

1. Pengertian Konsumsi Islam

Bagi seorang muslim, tujuan utama konsumsi adalah sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Dengan demikian, niat mengkonsumsi sesuatu adalah untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah SWT agar mendapatkan pahala. Dalam ekonomi islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang tidak boleh di abaikan seorang Muslim dalam merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya.⁶⁰ Berikut Konsumsi Menurut Ilmuan Muslim :

Menurut Abdul Mannan yang ditulis oleh Muhammad dalam bukunya “*Ekonomi Mikro Islam*”(2005: 165)

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan/ penawaran. Kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan intensif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya, tetapi juga memberi intensif untuk meningkatkannya.⁶¹

Menurut Imam Al-Ghazali seorang ulama besar, terkait dengan konsumsi yaitu fungsi dari kesejahteraan sosial islam begitu juga tentang

⁵⁹ Lukista Amrin Widya Kusuma, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pedagang Pasar Dolopo Dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah Pada BRIS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo*, Jurnal IAIN Ponorogo, (2020), h. 40

⁶⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h.79

⁶¹ Amin, *Teori Ekonomi Konvensional Vs Islam*, <http://kangaminblog.blogspot.co.id/2013/04/teori-konsumsi-konvensional-vs-islam.html> (Di akses pada tanggal 27-Mei-2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pandangannya tentang peran aktivitas ekonomi secara umum. Seorang penulis telah menyatakan bahwa Al-Ghazali telah menemukan “ sebuah konsep fungsi kesejahteraan sosial yang sulit diruntuhkan dan yang telah dirindukan oleh ekonom-ekonom modern”.⁶²

Menurut Imam Al-Ghazali , kesejahteraan (mashlahah) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar : Agama (*al-din*), Hidup atau Jiwa (*nafz*), Keluarga dan Keturunan (*nash*), Interaksi atau Akal (*aql*). Ia mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah hirarki utilitas individu dan sosial yang tripartite meliputi : kebutuhan (*dharuriyat*), kesenangan (*hajaat*), dan kemewahan (*tahsinaat*). Selanjutnya ia mengidentifikasi tiga alasan mengapa seseorang dalam melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi: 1. Mencukupi kebutuhan hidup yang bersangkutan, 2. Mensejahterkan keluarga, 3. Membantu orang lain yang membutuhkan.⁶³

Orientasi konsumsi islam lebih didasarkan pada aspek keseimbangan antara parameter kepuasan jasmani dan rohani. Konsumsi islam tidak sebatas melihat manfaat barang dan jasa sesuai dengan tuntunan Allah Swt sebagai pemberi nikmat.

Dalam Ekonomi Islam Konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari

⁶² Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Ed IV, (Cet: V, Jakarta : Rajawali Press, 2012), h.61

⁶³ *Ibid*, h.62-63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah islamiah.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.⁶⁴

2. Batasan Konsumsi dalam Islam

Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk material maupun spiritual. Dalam konteks inilah kita dapat berbicara tentang bentuk-bentuk halal dan haram, pelarangan terhadap *israf*, pelarangan terhadap bermewah-mewahan dan bermegahan-megahan, konsumsi sosial, dan aspek-aspek normative lainnya.

Oleh karena itu, dalam menghapus perilaku *israf* islam memerintahkan

- a. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih manfaat.

⁶⁴ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam, dalam Journal Dinamika Pembangunan*, h. 198

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Dari sinilah kesejahteraan yang islami itu dibangun kesejahteraan itu tidak tepat apabila di ukur dengan kemewahan seseorang. Namun kesejahteraan lebih tepat bila di ukur terpenuhinya maslahat lima kebutuhan dasar yang disokong oleh kelengkapan hijiyah dan tahsiniyatnya.⁶⁵

3. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam

Perilaku Konsumen Islami didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasar Al-qur'an dan As-sunnah. Islam memberikan konsep pemenuhan kebutuhan disertai dengan kelakuan moral, ketiadaan tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan antar sesama. Ekonomi islam bukan hanya berbicara tentang pemuasaan materi yang bersifat fisik, tetapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasaan materi yang bersifat abstrak, pemuasaan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah Swt.

Perilaku konsumen muslim yang rasional (sesuai ajaran-ajaran Islam) tercipta melalui kondisi:

- a. Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika ia membelanjakannya secara sewajar-wajarnya saja.

⁶⁵ Muhammad Lutfi, *Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Vo.2, Agustus 2013, h. 71-72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika ia membelanjakan tidak hanya untuk barang-barang duniawi tetapi juga di jalan Allah.
- c. Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika mengkonsumsi barang yang dibolehkan saja dan mengabaikan hal-hal yang dilarang
- d. Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika dia tidak menyimpang tabungannya selain investasi.⁶⁶

Islam melihat dasarnya perilaku konsumsi dibangun atas dua hal yaitu kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan atau kepuasan (*manfaat*).⁶⁷

4. Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Islam

Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah swt. Prinsip dasar perilaku konsumen Islam diantaranya:

a. Prinsip Syariah

Yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi dimana terdiri dari: (a). Prinsip akidah adalah hakikat konsumsi sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah, (b). Prinsip ilmu berkaitan dengan hukum-hukum apakah sesuatu yang halal/ haram baik ditinjau dari sat, proses, maupun tujuannya, (c).

⁶⁶ Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 18

⁶⁷ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graba Ilmu, 2013), h. 85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Prinsip amaliyah sebagai konsekuensi aqidah ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islami tersebut.

b. Prinsip Kuantitas

Dijelaskan dalam syariat islam salah satu bentuk prinsip kuantitas ini adalah kesederhanaan yaitu mengkonsumsi secara proposional tanpa menghamburkan harta, bernewah-mewah, *mubadzir*, namun tidak juga pelit. Menyesuaikan antara pemasukan dan pengeluaran.

c. Prinsip Prioritas

Yaitu memperhatikan urutan kepentingan yang harus di prioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan.

d. Prinsip Sosial

Yaitu memperhatikan lingkungan sosial disekitar masyarakat sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya: (1) kepentingan umat, (2) keteladanan, (3) tidak membahayakan/ merugikan dirinya sendiri dan orang lain dalam mengkonsumsi sehingga tidak menimbulkan kemudharatan.

e. Kaidah Lingkungan

Yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.⁶⁸

⁶⁸ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Al-Fiqh Al-Iqtishadi li Amiril Mukminiin Umar Ibn Al-Khattab*, di terjemahkan oleh Asmuni Solihan Zamalchsyari, (Jakarta : 2010), h. 182-185

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan konsumsi tersebut dicapai dengan kerja keras. “ menurut Abdul Manan yang dijelaskan oleh Vinna Yuniarti prinsip nilai yang harus menjadi pedoman nilai dan etika dalam perilaku konsumsi seorang muslim. Berikut ini prinsip-prinsip konsumsi dalam ekonomi islam :

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hokum. Dengan kata lain, sesuatu yang dikonsumsi harus didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hokum. Konsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman berada dalam koridor aturan hokum agama, sertamenjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan.

b. Prinsip Kesederhanaan

Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang ajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang kesederhanaan dan konsumsi berarti bahwa orang harus mengambil makanan dan minuman sekedarnya dan tidak berlebihan karena makanan berlebihan itu berbahaya bagi kesehatan. Prinsip kesederhanaan juga berlaku itu berbahaya bagi kesehatan. Prinsip kesederhanaan juga berlaku bagi pembelanjaan. Orang tidaklah boleh berlaku kikir maupun boros.⁶⁹ Oleh karena itu , tidak semua barang konsumsi boleh dibeli, digunakan, dimakan, diminum. Hanya saja

⁶⁹ Muhammad Syarif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pranamedia Group, 2014), h.140

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang yang halal, baik, bersih dan bermanfaat yang boleh dikonsumsi.

Kesederhaan ini dijelaskan dalam

Q.S. Al-Furqon {25}: 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : (Dan orang-orang yang apabila membelanjakan) hartanya kepada anak-anak mereka (mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir) dapat dibaca *Yaqturuu* dan *Yuqtiruu*, artinya tidak mempersempit perbelanjaannya (dan adalah) nafkah mereka (di antara yang demikian itu) di antara berlebih-lebihan dan kikir (mengambil jalan pertengahan) yakni tengah-tengah.

c. Prinsip Kebersihan

Bahwa dalam mengkonsumsi, menggunakan ataupun memanfaatkan sesuatu seseorang haruslah memilih barang yang baik, cocok, tidak kotor sehingga tidak merusak selera.⁷⁰ Barang yang dikonsumsi hendaknya bersifat halal, yang tercantum pada (Q.S. Al-Baqarah{2} : 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : Wahai manusia, makanlah apa yang Kami ciptakan di bumi dari segala yang halal yang tidak Kami haramkan dan yang baik-baik yang disukai manusia. Janganlah mengikuti jejak langkah setan yang merayu kalian agar memakan yang haram atau menghalalkan yang haram. Kalian sesungguhnya telah mengetahui permusuhan dan kejahatan-kejahatan setan.

⁷⁰ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif Hadist Nabi)*, (Jakarta: Pranamedia Group, 2015), h. 103

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Perintah wajib membelanjakan uang tercantum setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya ini merupakan pertanda jelasnya perintah membelanjakan uang bukan sekedar anjuran yang boleh dikerjakan atau ditinggalkan.⁷¹ Prinsip kemurahan hati disini maksudnya berhubungan dengan prinsip berlebihan. Maksudnya, jika memang masih banyak orang kekurangan pakaian, makanan, minuman dan lain sebagainya maka hendaknya kita sisikan pakaian, makanan, minuman, apa pun yang kita miliki, kemudian berikan kepada mereka yang sangat membutuhkannya. Berikut dalil Q.S. Al-Maidah {5}: 96

أَحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَّكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ
صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرُمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ﴿٩٦﴾

Artinya: Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram. Dan bertakwalah kepada Allah Yang kepada-Nya-lah kamu akan dikumpulkan.

e. Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang muslim secara keseluruhan harus di bingkai oleh moralitas yang dikandung dalam islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

Selain hal-hal teknis di atas islam juga memperhatikan pembangunan moralitas sepiritual bagi manusia hal tersebut dapat di

⁷¹ Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet ke-1, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 139

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gambarkan dengan perintah agama yang mengajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah dan bersyukur atas karuniannya, maka hal tersebut secara tidak langsung akan membawa dampak psikologis bagi pelakunya seperti anti makanan haram dan baik zat maupun cara mendapatkannya maupun ketenangan jiwa.⁷²

5. Etika Konsumsi dalam Islam

Etika islam berarti *akhlak mahmudah* atau akhlak terpuji. Istilah etika yang dalam bahasa indonesianya adalah “ kesusilaan “, kata dasarnya adalah “ susila ” kemudian diberi awalan ke- dan akhiran-an “ susila ” berasal dari bahasa sansekerta “ su ” berarti baik “ sila ” berarti “ norma ” kehidupan. Jadi etika menyangkut kelakuan yang menanti norma-norma kehidupan yang baik. Adapun etika islam, berarti menuruti hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT. Agar manusia mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.⁷³

Nilai-nilai yang harus di aplikasikan dalam konsumsi adalah :

a. Seimbang Dalam Konsumsi

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga, dan *fi sabilillah*. Islam mengharamkan sikap kikir. Di sisi lain, islam juga mengaramkan sikap boros dan menghamburkan harta.

⁷² Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 110

⁷³ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graba Ilmu, 2008), h. 37-38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Membelanjakan Harta pada bentuk yang dihalalkan dan dengan cara yang baik.

Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci yang tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan Negara.⁷⁴

- c. Larangan bersikap *Israf* (Royal), dan *Tabzir* (Sia-sia)

Didalam etika islam, diajarkan bahwa dalam mengkonsumsi suatu barang harus dengan cara halal dan baik. Artinya perbuatan baik dalam cara mencari barang-barang atau rezeki untuk dikonsumsi. Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam islam dan disebut dengan *israf* (Pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna).

Tabzir berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan terlarang, seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makan, pakaian, tempat tinggal, atau sedekah. Ajaran-ajaran islam mengajarkan pola konsumsi dengan penggunaan harta

⁷⁴ Dr. Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Depok PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 108-109

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara wajar dan seimbang, yaitu pola yang terletak antaran kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dapat melampaui sikap moderat (wajar) di anggap *israf* dan tidak disenangi islam.⁷⁵

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim adalah berkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian. Karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan di artikan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan.⁷⁶

C. Pandemi Covid-19

Pandemi COVID-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit koronavirus 2019. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2.⁷⁷ Wabah COVID-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020.⁷⁸ Hingga 17 September 2020, lebih dari 29.864.555 orang kasus telah dilaporkan lebih dari 210 negara dan wilayah seluruh dunia,

⁷⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), h.188

⁷⁶ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islami*, (Jurnal Dinamika Pembangunan Vol.3, No.2 Desember 2006), h.198

⁷⁷ Coronavirus COVID-19 Global Cases by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU). *ArcGIS. Johns Hopkins CSSE*. Diakses tanggal 3 Oktober 2020.

⁷⁸ Gorbalenya, Alexander E. (11 Februari 2020). "Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus – The species and its viruses, a statement of the Coronavirus Study Group". *bioRxiv* (dalam bahasa Inggris

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mengakibatkan lebih dari 940.651 orang meninggal dunia dan lebih dari 20.317.519 orang sembuh.⁷⁹

Virus SARS-CoV-2 diduga menyebar di antara orang-orang terutama melalui percikan pernapasan (*droplet*) yang dihasilkan selama batuk. Percikan ini juga dapat dihasilkan dari bersin dan pernapasan normal. Selain itu, virus dapat menyebar akibat menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi dan kemudian menyentuh wajah seseorang. Penyakit COVID-19 paling menular saat orang yang menderitanya memiliki gejala, meskipun penyebaran mungkin saja terjadi sebelum gejala muncul.⁸⁰

Periode waktu antara paparan virus dan munculnya gejala sekitar lima hari, tetapi dapat berkisar dari dua hingga empat belas hari. Gejala umum diantaranya demam, batuk, dan sesak napas. Komplikasi dapat berupa pneumonia dan penyakit ini pengobatan primer yang diberikan berupa terapi simptomatik dan suportif.⁸¹

Langkah-langkah pencegahan yang direkomendasikan adalah mencuci tangan, menutup mulut saat batuk, menjaga jarak dari orang lain, serta pemantauan dan isolasi diri untuk orang yang mencurigai bahwa mereka terinfeksi. Upaya untuk mencegah penyebaran virus corona termasuk pembatasan perjalanan, karantina, pemberlakuan jam malam, penundaan dan pembatalan acara, serta penutupan fasilitas. Berbagai penutupan perbatasan negara atau pembatasan penumpang yang masuk, penapisan di bandara dan

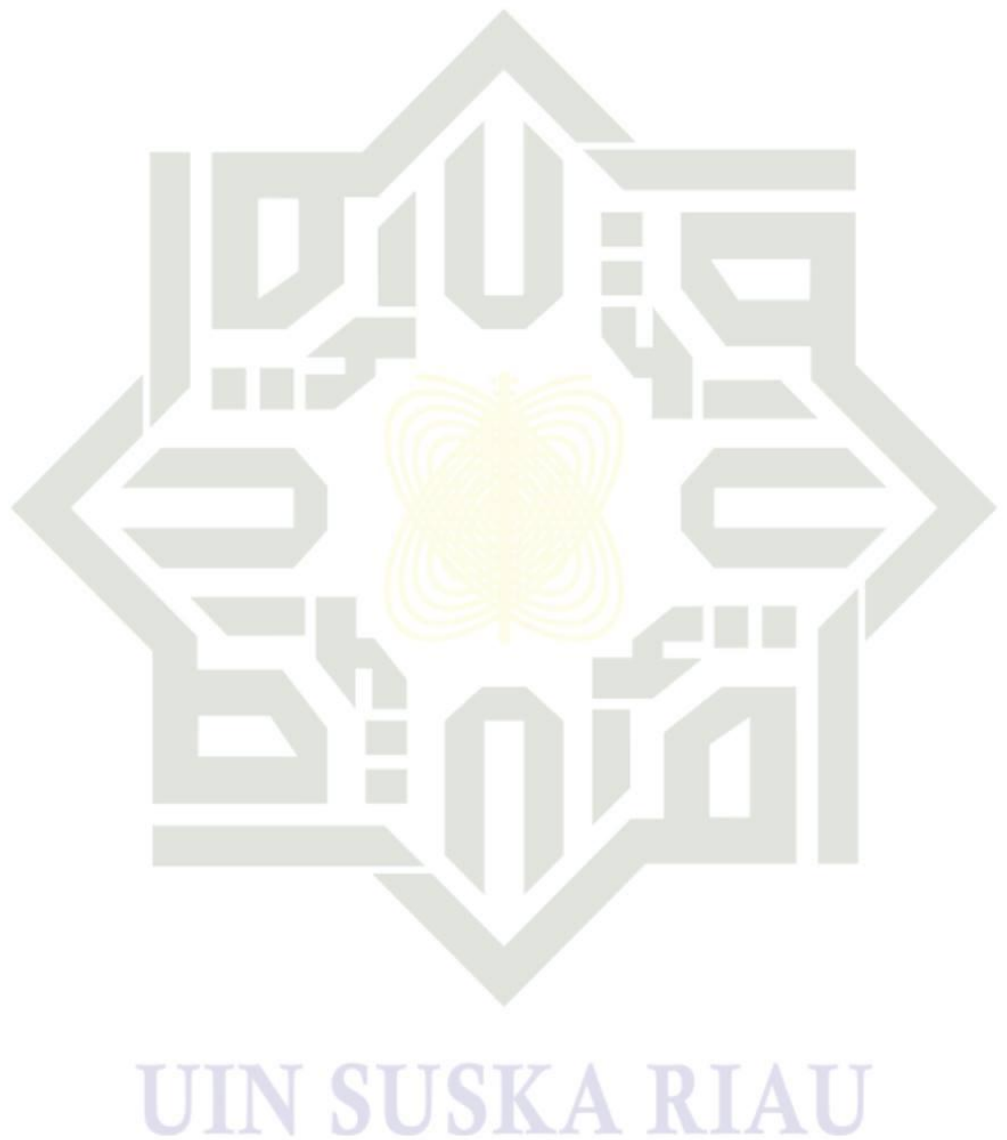
⁷⁹ "WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020". www.who.int (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 3 Oktober 2020

⁸⁰ "Coronavirus COVID-19 Global Cases". [Johns Hopkins University](https://www.jhu.edu/). Diakses tanggal 3 Oktober 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stasiun kereta, serta informasi perjalanan mengenai daerah dengan transmisi lokal. Sekolah dan universitas telah ditutup baik secara nasional atau lokal di lebih dari 124 negara dan memengaruhi lebih dari 1,2 miliar siswa.⁸²



⁸² ["Getting your workplace ready for COVID-19" \(PDF\). World Health Organization. 3 Oktober 2020](#)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor kebudayaan, yaitu ada (budaya, sub-budaya, kelas sosial) semua jawaban responden dominan menjawab Ya. Bahwa semua indikator berpengaruh dalam masyarakat mengkonsumsi makanan siap saji di restoran pada masa pandemi covid-19.
2. Faktor sosial, yaitu ada (kelompok referensi, keluarga. Peran dan status sosial) semua jawaban responden dominan Ya, kecuali pada bagian kelompok referensi/ rekan sekerja seimbang anatara Ya dan Tidak, karena sebagian konsumen masih pelajar/ mahasiswa yang belum memiliki pekerjaan dan rekan sekerja.
3. Faktor Kepribadian, yaitu ada (usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup) semua jawaban responden dominan menjawab Ya. Bahwa semua indikator berpengaruh dalam masyarakat mengkonsumsi makanan siap saji di restoran pada masa pandemi covid-19.
4. Faktor Psikologis, yaitu ada (Motivasi, Persepsi) semua jawaban responden dominan menjawab Ya. Bahwa semua indikator berpengaruh dalam masyarakat mengkonsumsi makanan siap saji di restoran pada masa pandemi covid-19.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Dengan adanya pandemic covid-19 yang sedang mewabah mengubah konsumsi masyarakat kepada makanan siap saji direstoran-restoran perawang. Dari 4 faktor perilaku konsumen semua berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat, hal ini didukung dengan jumlah yang menjawab Ya di setiap pertanyaan berdasarkan masing-masing indikator-indikator dari faktor-faktor perilaku konsumen lebih dominan ketimbang yang menjawab Tidak.
6. Konsumsi masyarakat perawang pada masa pandemi covid-19 belum sesuai dengan prinsip dalam islam. Hal ini disebabkan karena islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan untuk memenuhi keinginan, hawa nafsu, gaya hidup melainkan untuk mendapatkan ridha Allah SWT. Dalam islam kebutuhan ditentukan oleh konsep *mashlahah* islam melarang berperilaku boros dan hidup terlampau mengikuti hawa nafsu duniawi. Dalam pandangan islam , pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu
7. Kebutuhan di inginkan seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *masalah* sekaligus kepuasan. Akan tetapi jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat saja. Sebaliknya, jika yang di inginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja yang bersifat relative penerapan konsep *mashlahah* merupakan konsep terpenting dalam kegiatan perilaku ekonomi, khususnya dalam perilaku konsumsi.

B. Saran

Berdasarkan uraian dari pembahasan tersebut kiranya dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan untuk masyarakat dalam hal mengkonsumsi makanan siap saji diperhatikan manfaatnya bukan hanya untuk memenuhi gaya hidup, kebiasaan dan lainnya. Apalagi dimasa covid-19 menjaga kesehatan sangat di utamakan.
2. Untuk manusiawi, seharusnya perilaku konsumen disesuaikan dengan aturan dalam islam. Berkonsumsi bukan hanya mengikuti gaya hidup memuaskan keinginan serta nafsu, karena dalam islam menganjurkan untuk hidup sederhana dan tidak berlebihan.
3. Bagi peneliti selajutnya masih banyak hal menarik mengenai perilaku konsumem yang dapat diteliti.
4. Untuk akademi, peneliti diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lainnya sebagai objek dam sudut pandang lebih komprehensif sehingga dapat memperkaya pengetahuan tentang kajian ekonomi islam khususnya konsumsi islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A. Karim Adiwarman. 2012. *Ekonomi Mikro Islami*, Ed IV. Jakarta : Rajawali Press
- Al Arif M. Nur Rianto. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Al Qaradawi Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet ke-1. Jakarta: Gema Insani Press
- Aziz Abdul. 2008. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Al-Ghazali, *Al-Halal wal Haram*. 2017. Alih Bahasa Iwan Kurniawan. Bandung: Mizan Pustaka
- Bungin, Burhan 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta
- Chaudry Muhammad Syarif. 2016. *Sistem Ekonomi Islam, Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana
- Dwiastuti Rini, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press: Malang
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Q.S As-Saba (34): 15
- Effendi Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ghofur Abdul. 2018. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Hakim Lukman. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta : Erlangga
- Indrawan Rully, R. Poppy Yaniawato. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif , dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan* Bandung: PT. Refika Aditama
- Idris. 2015. *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif Hadist Nabi)*. Jakarta: Pranamedia Group
- J. Setiadi Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta; Prenada Media



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler Philip and Kevin Lane Ketler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mawardi, , 2007 *Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Alaf Riau
- Mishkin Frederic S. 2008. *Ekonomi Uang Perbankan dan Pasar Keuangan*, alih bahasa Lana. Jakarta: Salemba Empat
- Muflih Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Nurrohman. Dede 2011. *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras
- Nurhusatro Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, , 2012 *Ilmu Perilaku Konsumen*, UB Press: Malang
- Rozalinda. 2017. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Depok PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV
- Soelistianingsih, Beta Yualintia G. 2008. Jakarta: Salemba Empat
- Sudarsono. 2002. *Kamus Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- S. Pindyck Robert. 2014. *Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Simamora Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Suryani Taufik. 2012. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graba Ilmu
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graba Ilmu
- Sumarwan Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen, Teori Penerapan dalam Pmasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suprayitno Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press
- Yuniarti Vinna Sri. 2016. *Ekonomi Mikro Syaria*. Bandung: Pustaka Setia

Wibowo Soekarno, Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia

Jurnal :

Bahari Andi Faisal, Muhammad Ashoer. 2012. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata*. Jurnal Manajemen

Charis M Galankis,. 2020. The Food Systems in the Era of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic Crisis. MDPI Food.

Ghoni Abdul, Tri Bodroastiti. 2013. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen*, (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjadowo Semarang). Jurnal Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Manggala

Hartiyah Sri. 2015. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gas Elpiji Tabung 5,5 Kg*, Jurnal Fakultas Universitas Sains

Indah P Ketut, Kastawan M. 2015. *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian kebaya Bordir pada Jegog Ayu Boutique di Kuta*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.11

Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi. 2010. *Al-Fiqh Al-Iqtishadi li Amiril Mukminiin Umar Ibn Al-Khathtab*, di terjemahkan oleh Asmuni Solihan Zamalchsyari

Kusuma Lukista Amrin Widya. 2020. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pedagang Pasar Dolopo Dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah Pada BRIS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo*. Jurnal IAIN Ponorogo

Kotler Philip, Armstrong Gary. 1993, *Marketing Research An Applied Orientation, second edition*, Prentice Hall Internasional Inc, New jersey.

Lufi Muhammad. 2019. *Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Vo.2, Agustus

Manique, Maria. 2020. The Effects of the COVID-19 Outbreak on Food Supply, Dietary Patterns, Nutrition and Health. Medical Journal. 3(2): 102-121.

Purjono Aji. 2006. *Teori Konsumsi Islam*, dalam Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol.3, No. 2 Desember

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Santoso Daniel Teguh Tri, Endang . 2017. *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam Memilih Produk Operator Indosat-M3*, Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. Jurnal STIE AMA Salatiga

Wigati Sri. 2011. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Vol.01, No.01

Wawancara :

Wawancara dengan Bu Veonica, Pemilik Restoran Dapur Jawa pada 18 Februari 2021

Wawancara dengan Bu Dewi, Pemilik Andre Resto & Cafe pada 24 Februari 2021

Wawancara dengan Bapak Suharto, Manager Tungku Resto pada 20 Februari 2021

Web :

Amin. *Teori Ekonomi Konvensional Vs Islam*, <http://kangaminblog.blogspot.co.id/2013/04/teori-konsumsi-konvensional-vs-islam.html> (Di akses pada tanggal 27-Mei-2021)

Coronavirus COVID-19 Global Cases by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU)". ArcGIS. Johns Hopkins CSSE. Diakses tanggal 3 Oktober 2020.

Gorbalenya, Alexander E. (11 Februari 2020). "Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus – The species and its viruses, a statement of the Coronavirus Study Group". *bioRxiv* (dalam bahasa Inggris)

"WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020". www.who.int(dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 3 Oktober 2020

Coronavirus COVID-19 Global Cases". Johns Hopkins University. Diakses tanggal 3 Oktober 2020

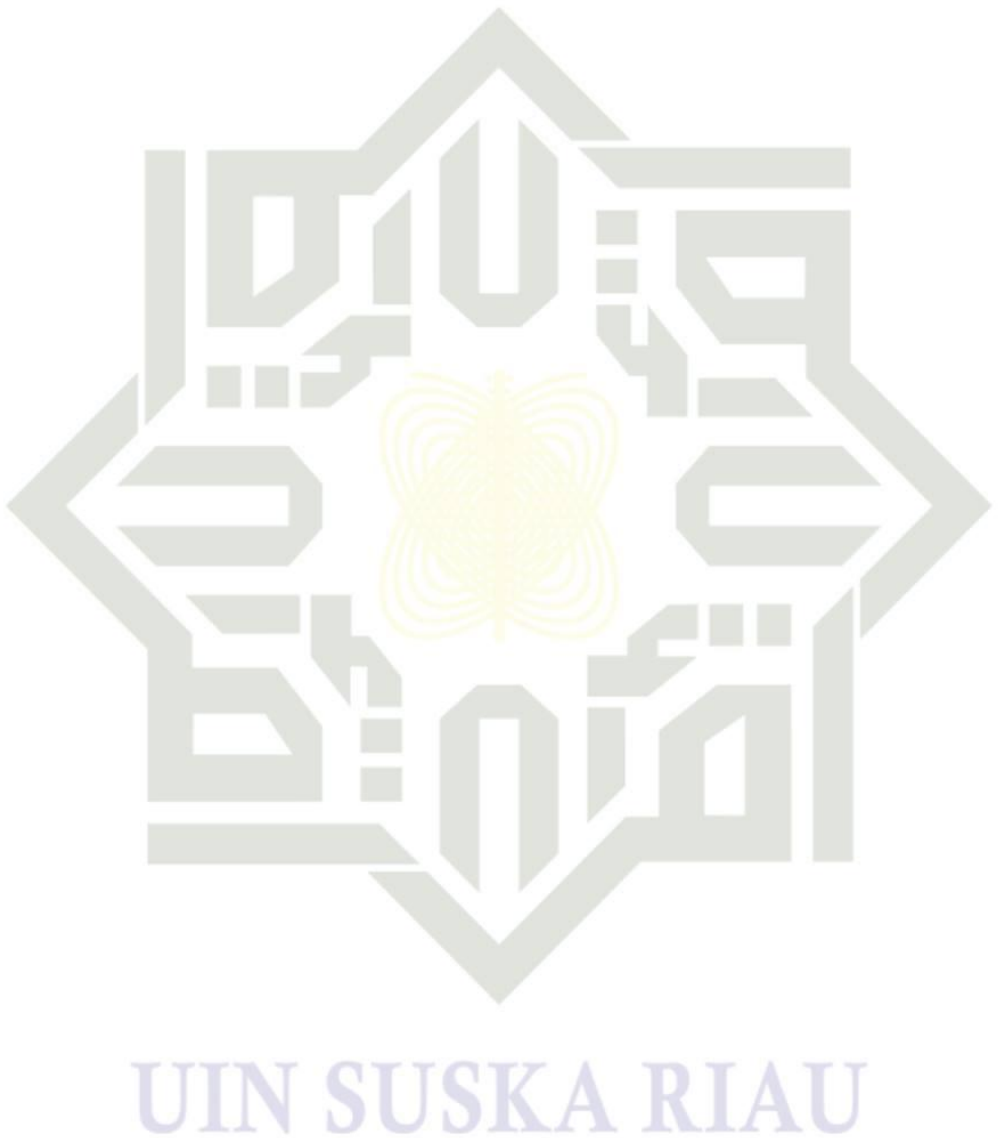
Getting your workplace ready for COVID-19" (PDF). World Health Organization. 3 Oktober 2020

Purni Gloria Setyvani. 2020. “ Virus Corona Diduga Menyebar di China sejak Agustus 2019, Ini Buktinya”. Diakses dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/06/10/100300023/virus-corona-diduga-menyebar-di-china-sejak-agustus-2019-ini-buktinya>). HalimDevina. 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://nasional.kompas.com/read/2020/04/01/14044881/begini-mekanisme-penerapan-pembatasan-sosial-berskala-besar>
www.dikti.go.id/.../UU-8-1999 Perlindungan Konsumen di unduh 29 Juli 2021 Pada Pukul 13.15 Wib





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

ANALISIS KONSUMSI MASYARAKAT SAAT MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA RESTORAN DAPUR JAWA, ANDRE RESTO & CAFE, TUNGKU RESTO DI PERAWANG KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK)

A. Wawancara Umum

1. Bagaiamanakah sejarah dari pendirian Restoran Bapak/ Ibuk?
2. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di Restoran Bapak/ Ibuk?
3. Bagaimana Jam Buka dan Tutup di Restoran Bapak/ Ibuk ?
4. Bagaiamakah Struktur Organisasi pada Restoran Bapak/ Ibuk ?
5. Apa saja kah Produk yang di Tawarkan oleh Restoran Bapak/ Ibuk ?

B. Wawancara Tertutup / Khusus

Assalamualaikum, wr.wb

Dengan rasa hormat, penulis memohon ketersediannya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan kepada anda. Jawaban yang anda berikan adalah informasi bagi penulis sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Penulis mengharapkan ketersediaan anda untuk menjawabnya dengan baik. Terimakasih atas kerjasamanya.

1. Identitas Responden

Nama :
Usia :
Jenis kelamin :
Pekerjaan :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Petunjuk Pengisian Angket

- Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom “ Y: YA “ atau “ T: TIDAK “. Jika jawaban tidak disertai alasan.
- Angket ini semata-mata digunakan untuk keperluan penelitian
- Diharapkan untuk Bapak/ Ibuk bersedia mengisi angket penelitian ini.

Faktor Kebudayaan				
No	Pertanyaan	Y	T	Alasan
1.	Apakah Kebiasaan mempengaruhi bapak/ ibuk untuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
2.	Apakah kelompok pergaulan mempengaruhi bapak/ ibuk untuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
3.	Apakah lingkungan mempengaruhi bapak/ ibuk untuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			

Faktor Sosial				
No	Pertanyaan	Y	T	Alasan
1.	Apakah Rekan Sekerja mempengaruhi bapak/ ibuk dalam memilih untuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
2.	Apakah Keluarga sebagai referensi untuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
3.	Apakah Rekan Sekomunitas mempengaruhi bapak/ ibuk dalam memilih untuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor Kepribadian				
No	Pertanyaan	Y	T	Alasan
1.	Apakah Usia mempengaruhi bapak/ ibuk dalam memilih mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
2.	Apakah Pekerjaan/ Penghasilan mempengaruhi bapak/ ibuk mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
3.	Apakah Keadaan ekonomi mempengaruhi bapak/ ibuk dalam memilih mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
4.	Apakah Gaya hidup dan Kepribadian mempengaruhi bapak/ ibuk dalam memilih mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			

Faktor Psikologis				
No	Pertanyaan	Y	T	Alasan
1.	Apakah Motivasi / dorongan diri mempengaruhi dalam memilih mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			
2.	Apakah Persepsi pengalaman dalam membeli mempengaruhi mengkonsumsi makanan di Restoran ini pada masa pandemic covid-19 ?			

DOKUMENTASI

Pembagian angket tertutup/ wawancara tertutup Pada Restoran Dapur Jawa



Pembagian angket tertutup/ wawancara tertutup Pada Andre Resto&Cafe



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



N Suska Riau



Pembagian angket tertutup/ wawancara tertutup Pada Tungku Resto



iversity of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul **"ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA RESTORAN DAPUR JAWA, ANDRE RESTO & CAFE, TUNGKU RESTO DI PERAWANG KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK)"** yang ditulis oleh :

Nama : **Endah Trima Hidayah**
 NIM : **11720525022**
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : **Selasa, 27 Juli 2021**
 Waktu : **08.00 WIB**
 Tempat : **Daring / Online**

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
H. Rahman Alwi, M.Ag

Sekretaris
Deni rahmatillah, ME.Sy

Penguji I
Dr. Junaidi Lubis, M.Ag

Penguji II
Jonnius, SE., MM

Mengetahui:
 Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag.

NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Endah Trima Hidayah
 NIM : 11720525022
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Judul : Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)

Pembimbing : Syamsuddin Muir, Lc.Ma

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi,



Dr. M. Alpi Syahrin, S.H., M.H., CPL
 NIP. 198804302019031010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 06 April 2021

: Un. 04/F.I/PP.00.9/3333/2021

: Basa
: 1 (Satu) Proposal
: **Mohon Izin Riset**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama	: ENDAH TRIMA HIDAYAH
NIM	: 11720525022
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: VIII (Delapan)
Lokasi	: Di Perawang , Kecamatan Tualang

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang
berjudul : Analisis Konsumsi Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif
Ekonomi Islam (Studi Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Di
Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak).

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Hak cipta dilindungi Undang-Undang
UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kitab atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/40600
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.H.PP.00.9/3333/2021 Tanggal 6 April 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

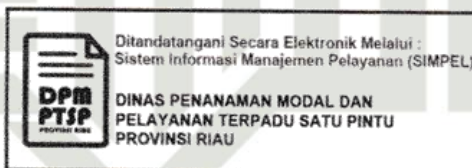
Nama	: ENDAH TRIMA HIDAYAH
NIM / KTP	: 11720525022
Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
Jenjang	: S1
Alamat	: PEKANBARU
Judul Penelitian	: ANALISIS KONSUMSI MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA RESTORAN DAPUR JAWA, ANDRE RESTO & CAFE, TUNGKU RESTO DI PERAWANG KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK)
Lokasi Penelitian	: PERAWANG KECAMATAN TUALANG

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 8 April 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Siak
 Up. Kab. Kesbangpol dan Linmas di Siak Sri Indrapura
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Penulis bernama **Endah Trima Hidayah**. Lahir di Perawang pada tanggal 23 April 1999. Penulis merupakan anak ke empat dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda Sarman dan Ibunda Sayati. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah TK PGRI pada tahun 2005, setelah itu melanjutkan pendidikan di SD Negeri 005 Tualang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak dan lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Tualang dan lulus pada tahun 2014. Setelah menyelesaikan jenjang pendidikan menengahnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 5 Tualang dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Negeri pada tahun 2017 melalui jalur CAT Mandiri UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melaksanakan penelitian berjudul “*Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Restoran Dapur Jawa, Andre Resto & Cafe, Tungku Resto Di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)*”. Penulis dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah tanggal 27 juli 2021 Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum sehingga berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb